

Geleneksel Medyanın Yeni Rakibi: Yeni Medya ve Canlı Yayınlar

Muzaffer Şahin, Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-posta: musahin@gazi.edu.tr
Gökçe Şahin,

Öz Abstract

Yeni medya platformlarında bireyler kendilerini ön denetimsiz ve özgürce ifade edebilmektedirler. Günümüzde çok sayıda sosyal medya ağı oluşmuştur, bunlar arasındaki rekabet yenilikler ve çeşitlenmeler meydana getirmiştir ve getirmeye devam etmektedir. İnternet üzerinden bireylerin, amatörce doğrudan canlı yayın yapmaları bu yeniliklerden biridir. Yeni medyada canlı yayın yapmak için herhangi bir yatırım veya finansmana gerek duyulmamaktadır. Stüdyo, teknik donanım, personel ve eşik beklileri yoktur. Bir mobil telefon veya bir tablet yeterlidir. Herhangi bir mekan veya zaman faktörünün sınırlayıcı etkisi söz konusu değildir. Yayıncılıktaki bu temel farklılıklar özellikle genç ve orta

yaş grubu için heyecan verici, ilgi çekici bulunmaktadır. Yeni medyanın bazı platformlarında yapılan canlı yayınlar tamamen başıboş ve kontrolsüz değildir, genellikle izleyiciler veya az sayıdaki moderatörle yayınlar regüle edilmeye çalışılmaktadır. Ancak bu platformlarda, geleneksel medyanın liberal, demokratik düzlemde varlığı tartışmasız onaylanan tecimsel veya siyasi eşik beklileri söz konusu değildir.

Bu makalede, yeni medyada yapılan canlı yayınlara ilişkin literatür taranmış, canlı yayın pratikleri incelenmiş ve konular tartışma zemini oluşturmaya yönelik olarak eleştirel bir tarzda sergilenmeye çalışılmıştır.

The New Competitors of Traditional Media: New Media and Live Streaming

On new media platforms, individuals are able to express themselves freely without supervision and control. At this day and age, there are many different social media platforms and networks that have been generated for free self-expression. These platforms all have different qualities, features and variations that have created a competitive environment, trying to get users' attention. One of the newest features of most popular social media platforms has been that the users can now broadcast live by using online mediums. Live broadcasters who use such social media platforms do not even need to make any financial investments for their production since these platforms are brought to users at no costs or fees. There is no need for a studio, technical equipment or professional staff as only as little as mobile phones or tablets are adequate for anyone to go

live. Live social media broadcasting and streaming have been found to be popular amongst both the youth and the mid-aged adults.

New media live streaming is not completely free or uncontrolled. There are a few platforms where live broadcasts and digital content are moderated by content viewers and regulated via the help of the users of the platform. Nevertheless, the gatekeeper of the traditional media that exist even at the most liberal and democratic environments do not easily show presence in the new age social media platforms.

This article discusses and compares a variety of new media live streaming platforms by analyzing relevant literature, common live broadcasting practices and ongoing debates through a critical approach.

Anahtar Kelimeler Keywords

Yeni Medya, Canlı Yayın, Periscope, Younow, Facebook Live, Youtube Live, Twitch

New Media, Live Stream, Periscope, Younow, Facebook Live, Youtube Live, Twitch

Giriş

Geleneksel medyanın televizyon yayıncılığı yeni bir rekabet alanı ile karşı karşıyadır. Yeni medya yeni bir alan daha geliştirmiştir. Dijital yerliler ister içerikleri kendileri oluşturup demokratik bir katılım sağlayarak, ister egemen söylemin içeriklerini taşıyarak yaptıkları canlı yayınlarda yeni bir paradigma süreci içindedir. Yeni Medya Canlı Yayınları (YMCY) dijital dünyada giderek ilginin yoğunlaştığı bir mecra haline gelmiştir. YMCY, yatırım gerektirmeyen, kurumsal yayın politikaları olmayan, bireylerin tamamen kendi inisiyatifleri ile gerçekleştirdikleri, geleneksel medyanın süzgeçlerinden, eşik bekçilerinden muaf, anında denetimsiz, multi etkileşimli yayınlardır.

YMCY, ilk başta paylaşılabilir içeriğin sınırsızlığı düşünüldüğünde sorunlu mecralar gibi görünse de her geçen gün sorunlarından arınarak kendisini güncellemekte ve düzenlemektedir. Ekonomik ve teknik özellikler açısından kıyaslandığında, televizyonların profesyonel anlayışla gerçekleştirdikleri canlı yayınlar ile YMCY arasında büyük farklar bulunmaktadır. Ancak ortaya çıkan içerik ve sonuçlara bakıldığında, YMCY yer yer profesyonel canlı televizyon yayıncılığının önüne geçme iddiasında olabilmektedir. Özellikle son zamanlarda ABD Başkanı Obama ve 2016 seçimlerinin Demokrat adayı Hilary Clinton gibi liderlerin bu mecrada yaptığı canlı yayınlar ilgi çekmektedir.

Televizyonda canlı yayın için kullanılan tam donanımlı, up-link, reji, üç kamera, ses düzeni ve ışık ekipmanları ile yüklü bir minibüs ortalama 500 bin Avroluk maliyete ulaşmaktadır, herhangi bir stüdyo tesis edip buradan canlı yayın yapmak da benzer maliyetler gerektirmektedir. Ancak YMCY’de bir mobil telefon, tablet veya PC yeterli olmaktadır. YMCY’de yayınlar kategorize edilmektedir, yayını yapan ile izleyenlerin karşılıklı etkileşimleri chat’ler ile veya canlı yayına dahil olarak sağlanmaktadır. Bütün chat’leşmeler diğer izleyiciler tarafından anında görülmektedir. Böylece multi etkileşime fırsat verilmektedir. Sosyal psikolojideki birey-grup, grup-birey etkileşimi YMCY’de adeta deneysel bir alan oluşturmaktadır. Canlı yayın yapanlar ile izleyenler her türlü argo, küfür ve müstehcen içeriklere karşı bir diğerini yasaklama (ban) yetkisine sahiptir. Aynı zamanda yayıncı ve izleyicinin, içerikleri moderatörlere şikayet hakkı bulunmaktadır. Moderatör yayıncı ve yorumcuları yayın dışına atabilmektedirler ki bu, bir otokontrol sistemi olarak nitelendirilebilir.

Sermaye, kredi, patron, personel, teknik altyapı, ses, ışık, kamera ve rejiye ihtiyaç duyulmaması basit, amatör teknikler YMCY’leri daha ilgi çekici mecraya dönüştürmektedir. Bu önemli özelliğe ilave olarak; kullanıcılara kazanç sağlama seçeneği sunulduğunda, yayıncı ve izleyici hedef kitlenin kolayca ulaşabildiği mobil ortamlarla YMCY’lerin giderek yaygınlaştığı gözlenmektedir. Hedef kitlede sağlanan homojenleşme ile, ilgi alanları birbirine yakın kişiler arasında multi etkileşimli yeni iletişim ağları kurulabilmektedir. Herhangi bir YMCY’i izlerken sadece beğenisini ifade etmekle yetinmeyen, bunu kendi sosyal ağında paylaşan ve sosyal ağ arkadaşlarını canlı yayını izlemeye davet eden sıradan kullanıcılar, yayının daha çok bireye ulaşmasında adeta yönlendirici olmaktadır. Mekansal prototip olarak köylerdeki geleneksel iletişimi YMCY’lerde gözlemek mümkündür. Bir köyde olup bitenden sakinlerin anında haberi ve tepkisi olmaktadır. Bu süreçleri yüz yüze iletişimin anlık ve etkili olduğu köyde kimse denetleyememektedir. Etkili iletişim becerisine sahip anahtar, karizmatik kişiler köydeki iletişimin yönlendiricileridir. YMCY’lerde de günlük izlenme sayılarını kendi becerileri ile binlere, yüzbinlere ulaştıran yeni medya ünlüleri, köy prototipinde olduğu gibi etkili biçimde karşımıza çıkmaktadır. Bir yandan geleneksel medyada ünlenmiş olanlar, bir yandan yeni medyada evinden yaptığı canlı yayınlar ile ünlenenler bu mecrada birlikte yer alabilmektedir.

Dünyada ve Türkiye’de YMCY platformları her geçen gün artmaktadır, yaygınlaşmaktadır.

Facebook Live, Twitter Periscope, YouNow, YouTube Live ve Twitch YMCY mecralarının en popülerlerindedir. Zaman zaman bu ve benzeri YMCY mecraları teknik ve hukuki sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Telif hakları, küçüklerin korunması, şiddet veya pornografik yayınlardan dolayı, yayın durdurma cezalarına muhatap olmaktadırlar. Mecralar böylesi olumsuzluklar karşısında yazılımlarını, moderatörlerini güncellemektedir. ABD’de ortalama 40, Avrupa ve Orta Doğu’da 18-24 yaş grubunda etkinlik sağlayan YMCY’ler dev sermayeli televizyon istasyonlarının canlı yayınlarına rakip olma yolunda hızla ilerlemektedirler. Günümüzde reklam yatırımlarından daha çok pay almak isteyen basılı gazete ve dergiler dijital platformlara yönelmişlerdir. Gelecekte televizyon canlı yayınlarının YMCY ile rekabeti de basılı medyadaki sürecin benzerini yaşatabilir. Nitekim uydu platformları canlı yayınlar konusunda şimdiden YMCY’ler ile ilgilenmeye başlamıştır ve hukuki zeminlerde iletişim ve ilişkiye geçmiştir.

Bu makalede incelenmeye çalışılan yeni medya canlı yayınları yeni medyaya ilişkin bir mikro alandır. Alandaki makaleler taranırken yoğunlaşmanın teknik altyapı sistemlerinde olduğu gözlenmiştir. Bu makalede, ilgili literatürden hareketle YMCY piyasasındaki aktörlerden söz edilerek; karşılaşılan sorunlar ve tartışmalar ele alınmıştır. Dijital yerlilerin yeni bir yoğunlaşma alanından bilgi aktarılırken, akademik değerlendirme ve tartışmalara fırsat verebilme ihtimaline yönelik bir kurgulama çabasına girilmiştir.

Yeni Medya

Yeni medya teknik açıdan bilgisayar ve enformasyon teknolojileri ile özdeşleşmiş bilginin, dijital formda taşınıp iletildiği bir medyadır. Yeni medya herhangi birinin binlerce kişiye kolayca ulaşabilme (mesajını/içeriği iletebilme - alabilme) imkanı bulduğu medyadır. Bireyler arası iletişimin bir özgürlük olarak teşvik edildiği, sıradan insanın binlerce kişiye doğrudan ulaşmasının eskisi gibi korku yaratmadığı bir dönemin mediasıdır (Aslan, 2013:106). Yeni medya merkeze alınarak iki medya tipi arasında ayırım yapılmaktadır; basın, radyo, televizyon sinema gibi kitle iletişim araçları eski, geleneksel medya kabul edilirken; internet, cep telefonu, uydu teknolojisi telekomünikasyon altyapısı, bilgisayar, tele-text, video-text, CD-DVD gibi teknolojiler yeni medya sınıflaması altında incelenmektedir. Yeni medyanın özünde, seslerin, metinlerin, görüntülerin sayısal olarak aynı ortamda bulunması, bunlara etkileşimli bir şekilde ulaşıp değiştirilmesi ve yanıt verilmesi gibi özellikler bulunmaktadır. Bilgisayarlar aracılığıyla internet üzerinde birbirine bağlanan insanlar her türlü metni, sesi, görüntüyü paylaşmaktadır; bunlara kolaylıkla erişebilmektedir ve eriştiklerini değiştirip dönüştürme şansına sahip olmaktadır. Bu tür olanaklar geleneksel kitle iletişiminde son derece sınırlıdır. Geleneksel kitle iletişiminde temelde farklı mekanları paylaşan insanlar, aynı iletiye muhatap olmaktadır ve iletilenler karşısında çoğunlukla pasif kalmaktadır. Bu bağlamda, yeni medyanın en belirgin özelliği karşılıklı etkileşime imkan vermesidir. İkinci özelliği ise kitlesizleştirmedir. Bu iki özellik asenkron özelliği ile bağlantılıdır. Yeni medyayı kullananlar iletişimi istedikleri zaman başlatabilme, bitirebilme, dondurabilme olanaklarına sahiptirler. Sadece mekan değil zaman üzerinde de bir denetime sahiptirler (Roges’ten aktaran Öztürk, 2010:122-123). Yeni medya tanımında daha çok sayısal ya da dijital kavramlar kullanılmaktadır; elektronik ortamlar ve multi medya özellikleri birlikte ele alınmaktadır. Binark ve Löker (2011) günümüzde bilgisayar, bilgisayar ağları, bilgisayar dolayımı iletişim, internet, web 2.0, çevrim içi habercilik, çevrim içi sohbet, laflama odaları, wiki, e-ticaret, e-imza, dijital medya, dijital oyun, dijital kültür, dijital imgeleme, avatar, siber uzam, sanal uzam, sanal gerçek gibi bir çok kavram ile bu kavramların tanımlandığı, açıklandığı toplumsal, kültürel ve ekonomik olguların günlük konuşmalarımızın doğal bir parçası haline geldiğini belirterek; tüm bu kavramları kapsayan ve birleştiren kavram “yeni medya” olabilir, demektedirler. Dijital nite-

likleri taşıyan ortama dair çok şeyi “yeni medya” kavramına dahil etmek mümkün hale gelmiştir. Yeni medyanın en çok ilgi ve dikkat çeken noktası multi medya, multi etkileşim ve hipermetinsellik özelliğidir. Hipermetinsellik, metinlerin birbiri ile olan bağlantısına fırsat verip bağlantılı metinlere erişim kolaylığı sağladığı için daha çok önemsenir hale gelmiştir. Yeni medyada bir kaynaktan sunulan içerikleri izlemekle yetinmek söz konusu değildir. Örneğin farklı kurumsal kaynaklardan sunulan hipermetinlerden bireylerin kendi dergilerini oluşturmaları mümkün hale gelmiştir. Bu kapsamda Flipboard, kişilerin mobil dijital ortamlarda veya PC’lerde kendi dergilerini hazırlamalarına fırsat veren bir uygulamadır.

Yeni medyada kişiselleşen bu sayısal kitle iletişiminin anahtar terimlerinden biri mobil iletişim kavramıdır. Mobil terimi, kablosuz bağlantı sayesinde iletimin her yerden, herkes tarafından ve herhangi bir aygıtla yapılabildiğini ve her yerden alınabildiğini ifade etmektedir. Kablosuz iletişimin bu yeni formları mobil telefon iletişiminden, SMS, Wi-Fi ve WiMax’e uzanan bir yelpazede yer almaktadır. İletişim teknolojilerinin bugün için bu uç noktasının kitle iletişiminde “Mobil Tv” olarak ortaya çıkması ağ toplumunun “hipersosyal” yapısına, mobil insan çağına işaret etmektedir. Yeni iletişim teknolojileri, hayli hızlı olması, erişim kolaylığı, yüksek saklama veya arşivleme kapasitesi ve yeni hizmet alanları yaratması nedeniyle önem taşımaktadır. Yeni medyanın bu özellikleri, toplumların ekonomik, politik ve sosyal yaşamlarında önemli değişikliklere yol açmaktadır. Bir başka anlatımla yeni medyanın temel özellikleri şöyle sıralanmaktadır: Enformasyonda artış, iletişim sürecinde hızlanma, alıcı kontrolünün artışı, kitlesel yayıncılıktan dar kapsamlı yayıncılığa yönelme, kitle iletişiminde sahiplik ve kontrolün azalması, etkileşim kapasitesinde artma.¹

Yeni medyanın kurulumu ve işletme maliyetleri geleneksel medyayla karşılaştırıldığında yok gibidir, bu da girişimci olabilme imkanını neredeyse herkese açık hale getirmiştir. Dolayısıyla bu yeni medya dünyasının eskisinden çok daha demokratik olduğu iddia edilmektedir. Eski medyanın otoriter tavrına itiraz edenler yeni medyayı çekici bulmaktadır. Yeni medyanın kullanıcıları hızla, sürekli değişime ve heyecana önem vermektedir. Yeni medya iş kurarak para kazanmayı düşünen girişimcilere yepyeni iş imkanları yaratmıştır (Turgut, 2013: 61-76). Eski medya (analog kitle iletişimi) ve yeni medya (sayısal kitle iletişimi) arasındaki benzerlik ve farklılıklar Pavlik ve McIntosh tarafından kıyaslanmıştır (2004). Yazarlar izleyici, geri bildirim, işlevler, program içerik ve uygunluğu, düzenleme, hikaye anlatma ve dağıtım kanalları başlıkları altında karşılaştırma yapmışlardır. Sayısal iletişimde izleyici; parçalanmış, homojen ve adresi belli, mahremiyeti kayba uğramış, coğrafi, kültürel ve politik sınırlar önemini yitirmiş, medyaya katılımı, tüketimi ve yaratımı etkin bireyler olarak tanımlanmıştır. Yine sayısal iletişimde geri bildirim anındadır, eğlence, e-ticaret işlevi vardır, merkezi kontrol azalmıştır, içerikler isteğe göre oluşturulmaktadır. Merkezileşmiş içerik sunucularının hakimiyeti zayıflamış olup, izleyici daima üretimdedir ve içerik farklı noktalardan farklı noktalara dağıtılabilmektedir. Çoklu ortamlı, etkileşimli, bilgiye, habere, eğlenceye ve içerik keşfetmeye rehberlik yapan içerik yapımcılar vardır (Pavlik ve McIntosh, 2004: 26). Yeni kuşak her yazı hakkında kendi fikrini söylemek istemektedir. Bu yüzden eski medyanın interaktif olmayan formatına karşı interaktif olmayı yeni medyanın olmazsa olmaz şartı haline getirmiştir (Turgut, 2013: 35). Yeni medyanın demokratik katılımı artırıcı ve katkı sağlayıcı bir işlevi olup olmadığı sorusuna ise Yaşın (2002) şöyle yanıt vermektedir. “Farklı kimliklerin mevcudiyeti, alternatif içerik üretimini sağlayacaksa, internetin demokratik katılımı artırıcı bir işlevi olduğu söylenebilir. Diğer yünden, eğer farklı kimlikler egemen söylem içerisinde üretilmiş içeriklerin taşıyıcısı ise internet, farklı kimliklerin egemen söylem içerisinde yeniden üretildiği bir alandır” (Yaşın, 2002: 252). Bir başka eleştirel görüş yeni medyanın sosyal değişim getirmediğini öne sürmektedir. “İnternet (yeni medya), teknolojilerin nasıl otomatik, kendi kendilerine so-

1 <http://notoku.com/yeni-iletisim-teknolojileri-yeni-medya-ve-degisim/>

syal değişim getirmediğinin ama hegomonik söylemsel uygulamalar (özellikle neoliberalizmin belirlediği kapitalizm) tarafından nasıl yeniden düzenlendiğinin en iyi örneğidir” (Schröter, 2015: 368).

Yeni medya uygulamalarındaki veriler, alanda erişilen büyüklükler global rakamlarla ifade edilmektedir. Halen 1 milyar 250 milyon kullanıcısı olan Facebook’un uzun vadeli hedefi neredeyse dünya nüfusunun tamamıdır. Ulus ayrımı yapılmadan dünya insanlarına doğrudan ulaşmanın yollarını aramaktadır. YouTube’un kullanıcı sayısı 1 milyarı aşmış, her bir dakikada yüklenen video 300 saat, izlenen video süresi 6 milyar saat, her ay mobil ortamdan izlenen video sayısı ise 1 milyara ulaşmıştır. Apple’ın 2010 yılında satın alıp geliştirdiği dijital kişisel asistanlık çözümleri üreten Siri uygulamasına 2015 yılında 100 milyar soru yöneltilmiştir. Siri’yi ilk tasarlayan ekip ses tanıma ve sese duyarlı sistemlere yönelik (viv) inovasyonlara yönelmişler ve başarı oranlarını yüzde 95 seviyelerine çıkarmışlardır. Canlı yayın platformu YouNow yeni olmasına rağmen aylık 120 milyon kullanıcının oturum açtığı, günde 50 bin saati aşan canlı yayının yapıldığı bir kapasiteye erişmiştir (Sela, 2016). Gelişme ve ilgi odağındaki yoğunlaşma yeni medyanın reklam yatırımlarındaki payını hızla büyüme trendine itmektedir. ABD ve Avrupa’da televizyon reklamlarını zorlayan yeni medya sektörü, Türkiye’de 3 yıl öncesine kadar alt sıralarda olmasına rağmen bugün ikinciliğe çıkmıştır. 2015 yılı Türkiye reklam yatırımları toplamı 3,282 milyar dolara ulaşmıştır, bunun yüzde 22,92’si yeni medyaya yönelmiştir (Bakınız: Tablo-1). Yeni medya önümüzdeki birkaç yıl içinde birinci sıradaki televizyon reklam yatırımlarının önüne geçme yolundadır. Televizyon yayıncıları yeni medyaya göre yapılanmaya başlamıştır. Altyapı, yayıncılık süreçleri, yayın içerikleri ve içeriklere göre şekillenecek yeni medya reklam portföyü bu değişimi zorunlu kılmaktadır.

Medya	Yüzde
Televizyon	50,51
Dijital	22,92
Basın	16,91
Açık hava	6,41
Radyo	2,15
Sinema	1,10

Tablo-1: 2015 Türkiye Reklam Yatırımları²

Yeni Medyada Canlı Yayınların Gelişimi

Yeni medyada önce metinlere yer verilmiştir (Bloglar-1999), sonra imaj kullanımı başlamıştır (Facebook-2004), ardından video yaygınlaşmıştır (YouTube-2005), bir süre sonra gerçek zamanlı metinler (real time text) devreye girmiştir (Twitter-2006). İlerleyen süreçte gerçek zamanlı imaj (real time images) yayını başlamıştır (Instagram-2010, Snapchat-2011) ve günümüzde ise gerçek zamanlı videolar (real time video) ya da canlı yayınlar (live stream) izleyiciden kullanıcıya geçişi başlatmıştır (Periscope-2015, YouNow-2015, Twitch-2014).

Turgut (2013) beynin egoist ve benmerkezci olduğunu, beynin ilgisini çekebilmek için yeni medya sitelerinde daima siz (you) üslubunu kullanılmasını ve her konunun kişiselleştirilmesinin önerildiğini nakletmektedir (2013:85). YouTube ve YouNow bu teoriyi doğrular şekilde isim almışlardır. Medyanın geleceği üzerine düşünenler birkaç yıl öncesine kadar resim paylaşım

2 http://rd.org.tr/doc/RD_TABLO_2016_MART.pdf

platformu olan Instagram'ın gençlerin sosyal paylaşımında en etkili güç olacağını ve Twitter ile Facebook'ta paylaşım bilgilerinin de resimli ya da videolu olduğu takdirde etkileme gücünün üç veya dört misli artacağını söylemişlerdir ve bu öngörü gerçekleşmiştir. Yeni medyanın en başarılı temsilcilerinden Huffington Post hemen hemen her haberi görüntülü olarak aktarmaktadır. Site bu yüzden bir televizyon kanalı gibi çalışan haber merkezi bile oluşturmuştur. Haber ve yorumu anlatan kişi bazen internet üzerinden gerçek zamanlı konuşmaktadır, yorumları anında olarak onlara hemen cevap verebilmektedir. Bu etkileşimli süreç katılım oranını ve seyirci sayısını artırmaktadır. Yurttaş gazetecileri kendi çektikleri görüntülü haberlerle ilgili diyaloglara katılabilmektedirler (Turgut, 2013: 56). ABD'li bağımsız gazeteci Tim Pool, Occupy Wall Street (2011), Ferguson (2014) gibi kitlesel olayları cep telefonu üzerinden yayınlamıştır. Gezi olayları sırasında da (2013) "dünyada ilk defa Google Glass üzerinden canlı yayın yapan muhabir" unvanını almıştır.³ Pool, ABD gündemine oturan Baltimore olaylarında da (2015) gerek SnapChat (Tim Casts), gerekse Periscope @TimCast hesapları üzerinden olayları yerinden canlı yayınlamıştır (Polat, 2015).

Sosyal medya iletişim araçları, mobil uygulamaları ve canlı yayın platformları, kullanıcıların istedikleri zaman ve yerden paylaşım yapabilmelerini sağlamanın yanı sıra, paylaşımları için anında geri dönüş ve izleyici tepkisi alabilmelerine de imkân vermektedir.⁴ Bu, canlı yayın ve paylaşımların interaktifliğini artıran önemli bir unsurdur. Yeni medya canlı yayıncılığının en çekici tarafı izleyici, kullanıcı ve yayıncıların arasındaki etkileşimin en üst safhada olmasıdır. Etkileşim insanları birbirine yaklaştırıcı bir unsurdur, bu coğrafi sınırlamaları ortadan kaldırmıştır ve global bir iş modeli haline gelmiştir. Mobil yayıncılık sayesinde sahne arkası çekimlerinden canlı konserlere, ticari fuarlardan panel ve konferanslara kadar uzanan içerik yelpazesinin yanı sıra, canlı yayın muhabirliğinin tanımı ve içeriği de değişmektedir. Canlı yayın platformları sayesinde bireyler olağan veya anlık olayları anında paylaşabilirken, izleyicilerden eş zamanlı olarak reaksiyon alabilmektedir ve böylece interaktif yayıncılığı tam anlamıyla deneyimleyebilmektedir.

Türkiye'de kullanım popülarlığını sürdüren ve 2015'te Twitter'ın satın alıp entegre ettiği canlı yayın platformu Periscope'da günlük gerçekleştirilen yayın süresi 350 bin saattir, en çok kullanıcının geldiği ilk 10 şehir arasında Ankara, İstanbul ve İzmir yer almaktadır.⁵ Periscope CEO'su Kavyon Beykpour'a göre Türkiye ve Periscope'un bağları şirketin kuruluşuna kadar uzanmaktadır. Beykpour, Avrupa gezisi sırasında Türkiye'de geçirdiği zaman içerisinde Gezi olaylarına tanık olmuş ve geleneksel medyaya alternatif böyle bir platformun gerekliliğini düşünmüştür. Bu sayede Periscope projesinin Türkiye örneğinden esinlenerek gerçekleştirildiği belirtilmektedir.⁶ Twitter yaptığı bu hamle ile yurttaş haberciliğinin küresel merkezi haline gelme yolunda önemli bir adım atmıştır ve Periscope kullanıcılarının yayınlarından oluşan içerik sayesinde geleneksel medya ile rekabette de avantajlı bir konuma geçmiştir. Şirket bu avantajı geleneksel medya yayıncılarının kullanımına açabilir veya kendi kullanıp bir editoryal yapılanmayla birlikte haber yayıncılığını yürütebilir durumdadır (Kantrowitz, 2015). YouNow konulara göre tasniflediği canlı yayın mecrasını 2015 sonuna doğru Türkiye'deki kullanıcılar için aktifleştirmiştir. Aynı anda binlerce kişi önemli bir teknik sorun yaşamadan yayın yapabilmektedir. Halen yeni medya canlı yayınlarında Periscope, YouNow, Facebook Live, YouTube Live, Twitch etkin kullanılan mecralardır. Yeni medyada canlı yayın yapanlar, yayınları izleyip chat'leşenler multi etkileşim içinde varlık ve otoritelerini tesis etme sürecindedirler. YMCY mecrasında evlerinden meşhur olanların izlenme sayısı ABD'de 500 binleri aşmıştır. Örneğin Cannor Franta, YouTube Live'de bu sayıya ulaşmıştır.

3 <https://www.theguardian.com/technology/2013/jul/30/google-glass-istanbul-protests-vic>. (Erişim Tarihi: 01.07.2016)

4 <https://www.salesforce.com/ca/blog/2015/10/live-streaming-and-social-media.html> (Erişim Tarihi: 01.07.2016)

5 <http://techcrunch.com/2015/08/12/periscope-has-10m-registered-users-watching-40-years-of-video-per-day/>

6 <http://techcrunch.com/2015/03/26/abre-los-ojos/>

Yeni Medyada Canlı Yayınların Kullanımı ve Katkıları

Otorite olmayı istemek meşru güç olmayı istemektir. Max Weber otoritenin üç kaynağını rasyonel, geleneksel ve karizma olarak sıralamıştır. Gazeteciliğin bu üç meşrulaştırıcı boyutun üçünü de taşıyabileceğini belirtmiştir (Aktaran Bock, 2016: 279). Yeni medyada canlı yayın yapanlar sadece karizmatik otorite tesis edebilmektedirler, bu kişiler karizmatik özellikleriyle ünlendiklerinde “evden ünlü olanlar” olarak isimlendirilmektedir. Ana akım medyanın canlı yayınları dışında bireylerin kendilerini ifade etme, ünlenme ve meşru otorite olma istekleri bu mecralarda cevap bulduğu için YMCY'lere eğilim artmaktadır. Panoptikon'dan Katoptikon'a geçiş sürecinde YMCY'lerin ayrıca bu açıdan analize tabi tutulması ve tartışılması gerekmektedir. Özellikle Katoptikon'un inşa edildiği şu üç temel ilke açısından değerlendirmeye ihtiyaç bulunmaktadır: i-Toplumun tam şeffaflığı, ii-Herkesin herkesi izleme ve sonuç olarak kontrol etme yeteneği sağlayan köklü eşitlik, iii-Herkesin herkesle alışverişini sağlayan tam iletişim. Katoptikon kavramsallaştırmasında pratikte panoptikonda olduğu gibi hiyerarşi yoktur, yani merkez kule yoktur ve herkes birbiriyle tam şeffaflıkla iletişim kurabilir (Ganascia, 2016:184). Bu bağlamda YMCY, katoptikon ve altan-gözetim kavramları ile de irdelenmelidir. Örneğin, Ganascia'nın (2016: 187) örneğinde yer alan 20 yaşındaki Jennifer Ringley, odasına yerleştirdiği kamera ile 1996-2003 arasında 8 yıl boyunca özel yaşamını web sitesinde canlı yayınladığında, site günde ortalama 3 milyon kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Ziyaretçiler bu tür teşhirciliğin sosyolojik sonuçlarına ilgi göstermişlerdir. YMCY'ler de aynı şekilde belirli kurallar çerçevesinde kişisel yaşamın sergilenmesine imkan vermektedir. Konuya “şeffaflık” olarak da bakmak mümkündür. Güçlü insanların, üzerinde egemenlik kuracaklarını düşündükleri sıradan insanlar tarafından sürekli olarak gözetlendiği, alttan-gözetim olarak betimlenen yeni bir rejimin inşasından söz edilmektedir. Alttan-gözetim durumunda izleyiciler toplumsal olarak izlenenlerden alttadır, oysa gözetim durumunda tersi geçerlidir, izleyenler üsttedir (Ganascia, 2016: 188). YMCY'de kişiler kendi özel enformasyonlarını serbestçe ve gönüllü olarak erişime açmaktadırlar. Steve Mann herkesin bir diğeri tarafından gönüllü olarak gözlenmesinin daha dengeli adil bir dünya devletine yol açacağını ileri sürmektedir (Aktaran Ganascia, 2016: 189) .

YMCY mecralarını benzersiz kılan şey, bilgisayar veya akıllı telefonun tüm teknolojik özelliklerinden faydalanılarak bunları izleyicilerin ekranına iyi kadraj, ışık ve hareket olarak yansıtabilmesi ve tüm bunların ötesinde doğaçlama bir sunum/aktarım yeteneği ile olayları hikayeleştirerek bir medya kuruluşunun tüm işlevlerini adeta bir kişilik ordu gibi yerine getirebilmenin mümkün olmasıdır. Özellikle gençler, ellerindeki akıllı telefonları adeta birer canlı yayın aracına çevirebilmektedir (Polat, 2015). Benzer bir tür uygulamayı Facebook da sürüme çıkararak Periscope ve diğer canlı yayın platformlarına rekabet ortamı sunmuştur.⁷ 2016 Amerika genel seçimleri kampanya hazırlıkları sırasında başta başkan adayları Hillary Clinton ve Bernie Sanders olmak üzere birçok politikacı Facebook Live üzerinden yaptıkları canlı yayınla kitlelerine ulaşmışlardır. ABD Başkanı Obama ise birçok konu üzerinde görüşlerini bildirmek amacıyla sıklıkla Beyaz Saray resmi Facebook sayfası üzerinden canlı yayın yapmaktadır. Bu gibi örnekler düşünüldüğünde, canlı yayın mecralarının her birinin hedef kitlesinin demografik açıdan farklı olabileceğini gözlemlemek mümkündür. Bu farklılıklar ülke bazında da değişiklik göstermektedir. Örneğin Facebook'un ABD kullanımı incelendiğinde kullanıcı yaş ortalaması 40 iken, Avrupa ve Ortadoğu ülkelerinde 18-24 arası farklılık göstermektedir (Phillips, 2015). Facebook Live kullanıcısının yayını başlatmadan önce diğer bağlantılarına canlı yayın bilgisini otomatik olarak iletmektedir. Duygu bildiren sembollerin kullanımı diğerlerinde olduğu gibi bu platformda da kullanılmaktadır. Facebook Live, 24 Nisan 2016 günü ilk spor canlı yayını gerçekleştirmiştir. Ulusal Kadın Futbol Liginde Orlan-

7 <http://newsroom.fb.com/news/2016/04/introducing-new-ways-to-create-share-and-discover-live-video-on-facebook/>

do Pride - Houston Dash karşılaşması canlı yayınlanmıştır. Kadın futbolcu Alex Mogan ve diğer oyuncular Facebook sayfasından kendisini izleyenlere bir gün önceden canlı yayın duyurusunu yapmıştır, ayrıca Facebook canlı yayın öncesi otomatik bilgilendirme gerçekleştirmiştir. Maçın ilk yarısını yayınlayan Facebook Live'ı 273.249 Facebook üyesi izlemiştir (Kantrowitz, 2016). Kablo tv kanallarından yapılan canlı yayınlarda izlenmesinde bu sayıya ulaşma ihtimali oldukça zayıftır, çünkü Facebook kişileri bu yayını mekana bağlı olmayan mobil ortamlardan izleyebilmektedirler. YMCY mecralarının hitap ettiği yaş ortalaması aynı zamanda diğer sosyal medya kanallarının da hedeflediği yaş grubu kullanıcı kitlesinden oluştuğu üzere, sosyal medya hesaplarından yayından önce duyuru yapmanın büyük faydasını gören şirketler, kullanıcı hesaplarının sosyal medya hesapları ile entegrasyonu konusuna büyük önem vermişlerdir. Örneğin Periscope, Facebook Live ve YouNow yayın öncesi takipçi kitleleri bilgilendirmek üzere yayıncının canlı yayına gireceğini haber veren bildirimleri otomatik hale getirmiştir. Bu sayede kullanıcılar canlı yayına geçiş yaptıklarında, sosyal medya takipçilerine eş zamanlı olarak bildirim gitmekte ve takipçiler canlı yayına davet edilmektedirler (Holtz, 2014).

YMCY Pratikleri, Sorunlar ve Otokontrol

YMCY pratikleri başta telif hakları olmak üzere kişi ve kurum hakları, cinsel istismar ve pornografik yayınlar gibi konularda bazı sorunlara neden olabilmektedir. YMCY mecraları böylesi durumlardan kaçınmak için katılımcı, izleyici, yayıncı ihbarlarına, engellemelerine ve moderatör denetimlerine başvurmaktadır. Bütün bu değişimler, bir yandan kullanıcının iletişim sürecindeki artan denetimi ile birlikte daha demokratik bir iletişim sürecinin dolayımlayıcısı olabileceğini ortaya koymakta, diğer yandan da aynı olanaklarla internet giderek şirketlerin yatırım alanına dönüşebilmektedir. Böylece internet piyasanın kurallarına tabi hale gelirken; kullanıcı, kullanıcının katılımı ve yaratıcılığı metalaşmaktadır (Mosco ve Fuchs, 2014: 16).

YouNow canlı yayın platformu 2015 sonunda Türkiye'deki kullanıcılara kurumsal altyapı hizmeti vermeye başlamıştır. Kişilerin internet üzerinden, masaüstü bilgisayar ve bütün mobil cihazlarla canlı yayın yapmalarını ve interaktif olarak izlemelerini sağlayan bir uygulamadır. YouNow yayınları Youtube üzerinden eşzamanlı olarak da yapılabilmektedir. YouNow'ı diğer canlı yayınlardan ayıran bazı farklılıklar göze çarpmaktadır. YouNow'ın en belirgin farkı yayıncıların, yayıncı desteği sayesinde gelir elde etme şanslarının olmasıdır, bu puan ve hediye toplayabilme imkanı ile gerçekleşmektedir. Böylece kişilerin canlı yayını iş haline dönüştürmelerine fırsat verilmektedir. Diğer bir fark ise, şirketin içerik paylaşımı konusunda geliştirdiği denetim mekanizmalarıdır. YouNow izleyici ve yayıncılara, temel kurallara uymayan içerik ve davranışları rapor olarak bildirme ve bu içeriklerin modere edilmesi şansını vermektedir. Örneğin canlı yayın yapan bir gencin kullandığı ifadeler kişileri veya herhangi bir ırkı aşağıladığında "moderatör" kendi kullanıcı adıyla, kırmızı karakterli uyarı yazısı ile ekranda belirlemektedir veya chat'lerde küfür, ağır argo ve müstehcenlik yoğunlaşıyorsa yine "moderatör" kendi kullanıcı adıyla, "Lütfen chat'in kurallarına uyunuz" uyarısı yapmaktadır. Israrcı olanlar ise yayın dışına atılmaktadır. Diğer bazı uygulamalarda olduğu gibi yayıncılara, istemedikleri içerikleri/kişileri bloklama hakkı tanınmıştır. YouNow platformunda moderatörlerin bazı durumlarda kurallara uymayan kişileri yayın veya sohbet dışına atma yetkilerini disiplinli bir şekilde kullandıkları gözlenmektedir ki bütün bu tutumlar önceden planlanmayan anlık gelişme ve değerlendirmelere tabidir. YouNow kullanıcılarının yayın sırasında ekranı ikiye bölme opsiyonu olması ve bu sayede konuk yayıncı alabilmesi interaktiflik ve multi etkileşim açısından bir başka farklılıktır. Canlı yayınlar konularına göre kategorize edilmiştir. Ayrıca YouNow üyeleri geri bildirimlerle yayınları desteklemektedir. YouNow'da alt yaş sınırı olarak 13 yaş tanımlanmış, bu yaş üzeri için, "şiddet, küfür ve kaba mi-

zah, yetişkin/müstehcen temalar, alkol, tütün veya uyuşturucu kullanımı ya da referansları, suç unsurları, cinsel istismar” vb. konulara ilişkin sınırlamalara uyulması koşul kılınmıştır. YouNow’ın canlı yayınlarını anlık izleyen kişi sayısını sürekli olarak görmek mümkündür (younow.com). Periscope ve Facebook Live’in yaşadığı canlı yayın sorunlarını Türkiye’de çok yeni olmasına rağmen YouNow da yaşamaktadır. Örneğin 24.03.2016 tarihinde, canlı yayınlanan ve telif hakkı DijiTürk’e ait olan bir futbol maçından kısa bir kesitin, bir izleyici-yayıncı tarafından YouNow’da gösterildiği iddiasıyla Trabzon 1. Sulh Ceza Mahkemesi’ne ilgili şirket tarafından dava açılmış, mahkeme kısa süreli de olsa YouNow’a yayın durdurma uygulamıştır.⁸ Bu arada Periscope 31 Mayıs 2016 tarihinde yaptığı duyuruda, canlı yayınlar ve yorumlar için moderatör görevlendirme kararı aldığını açıklamıştır. Açıklamada kötü amaçlı kullanıcıların yayınlarının engellenmesinin mümkün olabileceği belirtilmiş ve izleyici ile işbirliği modeli ortaya koymuştur. Yaklaşım YouNow moderatör modeline benzer özellikler taşımaktadır.

Bir çok YMCY’de emoticon sembolleri kullanılmaktadır. Youtube Live’da canlı alkış uygulaması, profesyonel tv rejilerindeki kabiliyeti aratmayacak şekilde duygu ifadesine yer vermektedir. Facebook Live’da ve Periscope’daki duygu sembolleri ise etkileşimlerde sınır tanımamaktadır. YouTube Live da canlı yayınları sadece bireysel kullanıcıların yararlandığı bir platform olmaktan çıkarmıştır. Hinterlandını genişleten Youtube, profesyonel televizyon şirketlerine açacakları Youtube hesabından kurallara uymak kaydıyla yayınlarını iletme imkanı sağlamıştır. Bugün karasal yayın yapan mahalli bir televizyon kanalı YouTube üzerinden dünyanın her yerinde canlı, eşzamanlı olarak izlenebilmektedir. Geleneksel eski medya televizyonculuğunda böyle bir yayın kabiliyetine erişmek için uydu kanalı kiralama zorunluluğu vardı. Bugün ise, ABD’de okullar canlı yayınlanan dersler için Google Plus’in sunduğu bir servis olan YouTube Live’ı kullanabilmektedirler. İlgili linkte okul öğretmenlerin nasıl canlı yayın yapabilecekleri, bunu nasıl kaydedebilecekleri anlatılmaktadır. Harvard, MIT gibi büyük üniversiteler de bu altyapıdan yararlanarak bazı dersleri canlı yayınlayıp sonrasında kayıtlarını tekrar dolaşıma sokabilmektedir.⁹ YouTube Live yeni teknikleri de denemektedir. Örneğin 360 derece kamera kullanımına başlamış, bunu uydu fırlatma görüntülerinde denemiştir.

Twitch isimli bir başka popüler mecrada canlı yayında oyun oynama imkanı sunulmaktadır. Hamilton ve Garretson (2014), canlı yayın oyun platformlarının başarısının insanların ‘paylaşma güdüsüne’ ihtiyaç duymalarından kaynaklandığını tartışmaktadırlar. Bilgisayar oyunlarının oldukça bireysel olduğuna, hatta çoğu kimseyi asosyal yaptığına ilişkin güçlü tezler bulunmaktadır. Fakat Hamilton ve Garretson, Twitch’de oyun izlemek veya anlık olarak birileriyle beraber oyun oynamanın çoğunluğa keyif verdiği tezini işlemişlerdir ve bu durumu ‘yalnızca beraber olmanın mutluluğu’ şeklinde adlandırmışlardır. Twitch’de de moderatör görevlendirilmektedir ve bu moderatörlerin yasaklama yetkileri mevcuttur. Oyun oynayanlar çoklu kamera sistemi ile aynı ekranda kendilerine bakan kamera görüntüsünü de paylaşabilmektedirler. İnteraktifliğin tatmin ediciliği, paylaşımda kişilere aidiyetlik duygusu katması ve topluluk hissi vermesi sosyolojik anlamda bu tür mecraların başarısını açıklayan temel unsurlardır.

Özetleyecek olursak, her gün internet üzerinden paylaşılan içeriklerin hacmi o kadar yüksektir ki, hem manuel hem de otomatik sistemlerin bu içerikleri yeterli ve uygun bir şekilde kontrol edebilmesine pek imkan bulunmamaktadır. Canlı yayın platformlarının yeni medyaya katkı sağlamasının yanı sıra zaman zaman sorun ve riskler yaşanmakta ve gündemi işgal etmektedir. Facebook Live, Periscope, YouNow ve YouTube Live gibi platformların başa çıkmak durumunda olduğu en büyük problemlerden biri telif hakları korunan içeriklerin yayınlarda gösterilmesidir.

8 <http://www.scroll.com.tr/younow-mahkeme-karariyla-kapatildi/>

9 <https://www.wilmu.edu/tlt/documents/Do-it-yourselflivestreaming.pdf>

Mobil ve web yayıncılık uygulamaları, canlı yayınlar üzerinden yapılmaya başlanan maç, konser, film, dizi, vb. içerikler sebebiyle hukuki anlamda kendine riskli bir ortam oluşturmaktadır. Diğer taraftan Periscope gibi geniş yelpazesi olan bir yayıncılık anlayışının birey ve kurumların mahremiyetleri üzerinde de yıkıcı etkileri olacağını ve bu durumun toplumsal normlarda da olumlu/olumsuz değişiklikleri getireceği de bir gerçektir. Üstüne üstlük bireysel, ticari ve kamusal amaçlarla sürekli tepemizde dolaşan ve dünyanın hemen hemen her noktasının görüntülerini kaydeden insansız hava araçlarının, arımotorların (drone) mobil yayıncılık uygulamalarıyla entegrasyonu ise bugünlerde tartışılmaktadır. Bireyler artık seslerini duyurmanın ötesinde görüntüleriyle de öne çıkmaya, hem ticari hem de sosyal hayatta kendilerine fırsatlar yaratmaya çalışmaktadırlar. Kuşkusuz bu durum bizlere, hiçbir şeyin saklı kalamayacağı kadar şeffaf toplumlar ve mahremiyet olgusunun giderek bir eski zaman hoşluğuna dönüşeceği kadar çıplak bireylerden oluşan bir dünya vaat etmektedir (Polat, 2015). Washinton Post'ta (26.05.2016) yeni medyadaki canlı yayınlar ile ilgili kötümser görüşlerini ifade eden yazar Caitlin Dewey, "YMCY'nin karanlık tarafını kimse durduracak gibi görünmüyor" başlığı ile kaleme aldığı makalede canlı yayın mecralarından olumsuz örnekler (intihar, tecavüz, polis vakası, dayak vb.) sıralayarak, "YMCY'leri temiz tutmak imkansız, bu yeni doğmuş platformlar için moderasyon ihtiyacı çok acildir. Canlı yayında silah, şiddet, kendine zarar verme halk sağlığı için tehlikeli sonuçlar doğurabilir. YouNow ve Twitch moderatörlerini uyarmak için kullanıcı raporlarına güveniyor; Periscope ve Facebook'ta bu daha az. Yeni çözümler geliştirilebilir." demektedir. Aynı makalede Las Vegas Nevada Üniversitesi medya bölümü hocalarından Prof. Benjamin Burroughs'un "Kişisel yetenekler dışında canlı yayınlar gerçek zamanlı olayların izlenmesine fırsat vermektedir, görüntü yayınlandığında iyi ya da kötü izlenmektedir, bu felaket değildir" şeklindeki olumlu görüşü de aktarılmaktadır.

YMCY'de Gelecek Öngörüsü

Teknolojik gelişim ve yeni medyanın toplumsal yapılarda yarattığı dönüşümü olumlu veya olumsuz olarak değerlendiren görüşler bulunmaktadır. Olumlu olarak ele alanlar, yeni medyanın sıradan insanları özgürleştirdiğini ve yurttaş konumlarını geliştirdiğini ve bu yolla siyasal katılımın geliştiğini ifade etmektedirler. Olumsuz yaklaşanlar ise yeni medyanın egemenlik ilişkilerini pekiştirdiğini ve küreselleşme ile toplumsal ve siyasal yapıların en uç noktasına kadar yayıldığını ileri sürmektedirler (Yaşın ve Hülür, 2016: 21). Bir başka ifadeyle, yeni iletişim ağları kapitalist ekonominin gelişerek sürmesinin enformasyonunu taşıdığı denli, kapitalizmin yıkılmasının enformasyonunu da taşımaktadır (Mosco ve Fuchs, 2014: 15).

YMCY'ler de farklı ve heyecan verici ağlar olarak, takipçi ve yayıncıların karşısına hem olumlu hem de olumsuz bazı özelliklerle çıkmaktadır. Öncelikle gençler ve orta yaş grubunun ilgi gösterdiği bu alanda, sadece tek bir platformun, ABD'de milyonlarca kullanıcı kapasitesine ulaşması YMCY'nin geleceğine yönelik önemli bir işarettir. YMCY'lerin teknik altyapılarını, servis sunucularını üstlenen bazı kuruluşlar kendi moderatörleri, kendi izleyici denetimleri (ihbar, şikayet) ile sistemlerini regüle etmeye çalışmaktadırlar. Ancak canlı yayın önceden planlanmayan, anlık gelişen ve her zaman risk barındıran bir iletişim tekniğidir. Her şeye rağmen günümüzde, bireylerin ön denetimsiz olarak kendilerini ifade etme özgürlükleri liberal demokrat dünyada yankı bulmuştur, bu yüzden de YMCY ağlarındaki yayınlar yoğunlaşmaya başlamıştır. Herhangi bir düşünce, anlayış, estetik yargı ve tercihler önden denetimsiz olarak bu platformlarda yerini serbestçe alabilmektedirler. Liberal yaklaşımda bu mecralar geleceğe yönelik özgürleştirici tutumlar olarak değerlendirilmektedir, ancak eleştirel yaklaşım aynı görüşte değildir. Eleştirel yaklaşım, bu platformların mevcut yapının pekiştirici rolünü üstlendiği ileri sürülmektedir.

YMCY'lerin genç ve orta kuşakla bir önceki kuşağın arasında bağ kurulması için, geleneksel kültür ve değerlerin aktarılmasında yeni bir araç olup olamayacağı da tartışılmaktadır. Günümüzde YMCY'ye matbaanın bulunduğu gibi kaygılı bakmak, aynen matbaanın kazanımlarına ilişkin önyargılar gibi de yorumlanabilmektedir. Bu yeni fırsat, eksik veya pekiştirici içeriklerle genç kuşakların yetersizleştirilmesi için değil, tam tersi zengin ve etkileşimli içeriklerle güçlendirilmesi için de kullanılabilir. Burada tek sorumluluk sadece ilgili kurumlar veya devletlerin üzerindedir. Platformu kullanan her birey yaptığı kişisel yayınlarda kendisini ifade ederken kültür aktarma sorumluluğunu da kendiliğinden üstlenmelidir.

YMCY'de bireysel yayıncılığın yanında kurumsal denemelere de rastlanmaktadır. TRT yeni medya sayfasından Facebook Live'ı kullanarak henüz çok az da olsa bazı denemeler başlatmıştır. Bu mecrada TRT Müzik kanalından yayınlar, TRT FM spikerleri ile röportaj, TRT-1 Yeşil Deniz dizisinin karakteri ile röportaj örnek verilebilir. TRT yeni medya sayfasından, "sosyal medyada canlı yayın kuralları baştan yazılıyor" başlığı ile (trt.net.tr/yenimedya) bu tecrübelerini, etkileşim sonuçlarını ve geribeslemeleri (feedback) paylaşmaktadır. Örneğin bir TRT Müzik programının Facebook Live'dan yayınlanması ile ilgili olarak; 197 bin 793 kişiye erişildiği, 37 bin 354 video görüntülemesi yapıldığı, 4 bin 372 kişinin ifade, yorum ve paylaşım yaptığı bilgilerine yer verilmiştir. Bu örnek YMCY mecrasında bireylerin yanı sıra kurumsal televizyon kanallarının yer alma kaygılarına işaret etmektedir. Geleneksel medyanın televizyon kanallarında canlı yayın yapılırken çok iddialı söylemlerle dile getirilen ve izlenme için gerekçelendirilen "79 milyon bizi izliyor" cümleleri artık tarihe karışacaktır. Çünkü YMCY'yi o anda kaç kişinin izlediği, tepkilerinin ne olduğu gerçek zamanlı olarak görülebilmektedir. Canlı yayın mecrası YouNow'ın İş Geliştirme ve Ürün Stratejilerinden Sorumlu Başkan Yardımcısı Yonatan Sela, Digital Age Summit 2016'da yaptığı konuşmada, YMCY'lerin gelecek iki-üç yıl içinde çok önemli bir trend olmaya devam edeceğini, bu alanda kullanılacak daha ileri teknolojilerin dönüşümün ikinci adımı olacağını, özellikle bir kaç yıl daha canlı yayının ve sonrasında sanal gerçekliğin dönemi olacağını kaydetmiştir. (Sela, 2016)

Türkiye'de 2007 yılında yürürlüğe giren 5651 Sayılı Kanun ile TİB'e internet yayıncılığının denetiminde bazı imkanlar verilmiştir. Ancak televizyon yayıncılığının yapımda ve yayında farklı altyapı ve içerikleri olması, özellikle YMCY'lerin getirdiği yeni olgular, yeni pratikler RTÜK'ün bu ve benzeri mecralarla ilişkilendirilmesini gündeme getirebilir. Yukarıdaki TRT örneği de dikkate alındığında alanın yeni bir değerlendirme ve tartışma zemini doğurmakta olduğu söylenebilir. Önümüzdeki takvimde televizyon istasyonlarının karasal, uydu veya kablo yayınlarının yeni medya zeminine kayacağı, reklamların içeriklere ve homojen gruplara göre dizayn edileceği değerlendirilmektedir. YMCY'lerdeki etkileşimlilik ve ölçülebilirlik televizyon yayıncılığına pozitif etkiler de getirecektir.

Sonuç

YMCY'ler birey için yeni psikolojik gelişmeler, toplum için yeni sosyolojik sonuçlar, siyaset ve hukuk için yeni düzenlemeler, iletişim teknolojileri ve yayıncılık için çoklu sonuçlar, yeni medya ve iletişim eğitimi için yeni akademik yaklaşımlar, teoriler ve kuramları beraberinde getirecektir. Kalabalıklar içindeki yalnız bireyler, artık dijital dünyada yalnızlıktan kurtulup dijital sosyal varlıklara dönüşme sürecindedirler. Bu fırsat bireyler için yeni bir girişimciliğin kaynağı olabilir.

YMCY'ler ile çoklu etkileşimin sağladığı kişisel tatminler bu mecralarda paylaşımda bulunanlarda sosyolojik olarak bir topluluk üyesi olma ve aidiyetlik duygusu vermektedir. YMCY'ler geleneksel televizyon yayıncılık anlayışını kökten değiştirecek gibi görülmektedir. Örneğin spor

aktivitelerinden canlı yayın yapılması, daha farklı oluşumların bu yöntemleri kullanmasını cesaretlendirebilir, artık sadece birinci lig veya süper lig karşılaşmalarından canlı yayın yapılır olmaktan çıkmaktadır, üçüncü lig takımlarının ya da mahalli klüplerin karşılaşmalarını maliyetsiz olarak canlı yayınlamak mümkün hale gelmiştir. Eorunews 2016 yılı başından bu yana bunu denemektedir.

YMCY’lerde konular, kanaatler, düşünceler, görüşler kitlelere ve bireylere anında, eşik bekçilerinin süzgecinden geçmeden aktarılabilir ve yeni bir toplumsal katılım mantığı, yeni bir rıza üretme sürecini de beraberinde geliştirmektedir. Siyaset ve hukuk YMCY ile kendisini öz-biçim olarak yeniden tanımlama ve bu teknikleri kullanma eğilimine girebilir. İletişim bilimlerinde aracın ve multi etkileşimin öne geçtiği yapılar teorik ve kuramsal yeni tanım ve analizleri zorunlu kılacaktır.

YMCY’ler sadece bir sohbet odası olarak görülmemelidir. YMCY’ler ile bireyin anında rızalı kitleleşmesi olanaklı hale getirirken; aynı şekilde kitlenin de bireye anında etkisine fırsat veren bir mecra haline gelmiştir. Doğanın özündeki multi etkileşim YMCY ile bireyler ve kitleler arası platformda zenginleşerek belirginleşme fırsatı bulmuştur. Ülkeler siyasal sistemleri ve hukuki altyapılarını bu gelişmelere adapte etmek durumuyla karşı karşıyadır.

Bireylerin günlük yaşamında bugüne kadar etkin biçimde yer alan geleneksel kitle iletişim araçlarının içeriklerindeki sınırlamalar, sunum teknikleri, zaman ve mekana bağlılıkları yeni medyada büyümlü bir fenerin ışığına maruz kalmış gibi yok olmaktadır. Matbaanın icadı ile elyazmacıların yok oluş süreçlerinde yaşadıkları bugün de yaşanmaktadır. Televizyondaki canlı yayınında, herhangi bir konuda görüş ileten birini dinlemeye mecbur olmadığını fark eden birey; kendi düşünce ve görüşlerini, yaşam rengini başkalarına aktarma fırsatını değerlendirmenin yolunu YMCY’lerde bulmaktadır. Pasif izleyici olmak yerine multi etkileşim içinde yayıncı olmayı tercih edenlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. YMCY’lerin “evde meşhur ettiği kişiler” kendilerindeki cevherin ne olduğunu karizmatik otorite tesis ederek anlama fırsatı bulabilmektedirler. Her ne kadar eleştirel yaklaşımçılar bu mecralardaki özgürleşmeyi sathi bulsa da YMCY’ler ile gelen yeni özgürleşme ve kendini ifade etmedeki fırsat eşitliği bu altyapının sunduğu imkanlarla daha da artacak gibi görülmektedir. Elbette bu mecralar ne kadar özgür olursa olsun; devletlerin internet üzerinde, kendi hukuk sistemleri çerçevesinde müdahil olma yetkilerinin varlığı da yadsınamaz. YMCY’lerde klasik eşik bekçilerinin olmaması bireylere başıboş, sorumsuzluk ve sınırsızlık içinde canlı yayın yapma hakkı vermemektedir. Hukuki düzenlemeler bu tür yaklaşımları sınırlamaktadır. Salt YMCY’leri izleyenler ve yayıncılar açısından bakıldığında ise farklılıkları görme, yenilikleri izleme ve keşfedilecek çok zenginliği olan “insan”a ulaşmada yeni bir kapı açıldığını söylemek mümkün hale gelmektedir.

Kaynaklar

Aslan, M.G. (2013). *Yeni Medyanın Ne’liği ve Yöntem*, Yeni Medya Çalışmaları I. Ulusal Kongresi Bildirileri, I, 102-110, İstanbul, Kongresi Bildirileri

AÖF (2011). Yeni İletişim Teknolojileri Yeni Medya ve Değişim, <http://notoku.com/yeni-iletisim-teknolojileri-yeni-medya-ve-degisim/> Erişim:20.04.2016

Binark, M ve Löker, K. (2011). *Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi*, Ankara, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Yayını

Bock, M.A. (2016). Yurttaş Video Gazetecileri ve Anlatıdaki Otorite, (Ü. Terzi, Çev.), Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi, Ankara, Ütopya, s. 273-301

Ganascia, J.G. (2016). Geliştirilmiş Altın Gözetim Toplumu, (Ş. Koçak Kurt, Çev.), Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi, Ankara, Ütopya, s. 184-204

Hamilton, W.A., Garretson Oliver and Kernel A. (2014). "Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play within Live Mixed Media" Interface Ecology Lab Dept. of Computer Science and Engineering1, Dept. of Sociology Texas A&M University

Holtz, A. (2014). "The Changing Dynamics of Digital Media Publishing, Live Streaming and Social Interactivity" WhitePaper,

https://www.grassvalley.com/docs/WhitePapers/broadcast/GVB-1-0479A-EN-WP_Digital_Media_Opportunities.pdf Erişim: 04.05.2016

Kantrowitz, A. (2015). "Inside Periscope's Deep Bond With Turkey (The Country)" <http://www.buzzfeed.com/alexkantrowitz/why-periscope-is-going-wild-in-turkey#.tyZlAmM7G> Erişim: 26.04.2016

Kantrowitz, A. (2016). "Facebook Quietly Live-Streamed Its First Professional Sports Broadcast Over The Weekend",

https://www.buzzfeed.com/alexkantrowitz/facebook-quietly-live-streamed-its-first-professional-sports?utm_term=.kkBj8YYIAX#.xmQmw77DZR Erişim: 04.05.2016

Mosco, V. Ve Fuchs C. (2014), Medya, Meta ve Sermaye Birikimi, M@rx Geri Döndü, (F. Başaran, Türkçeye Der.) Ankara, NotaBene Bilişim

Öztürk, S. (2010). *En Eski ve En Yeni İletişim Medyası*, Praksis, 24, 115-129, Ankara, Dipnot Yayınları

Pavlik, J and McIntosh, S. (2002). *Converging Media: An Introduction to Mass Communication*, Boston, Pearson Books

Phillips, J. L. (2015). "What is The Breakdown of Facebook Users By Age" <http://smallbusiness.chron.com/breakdown-facebook-users-age-63280.html> Erişim: 21.04.2016

Polat, İ. H. (2015). "Periskop'tan Görünen Ne?" <http://ismailhpolat.com/periscopetan-gorunen-ne/> Erişim:14.04.2016

Reklamcılar Derneği, (2015). "Reklam Yatırımları", İstanbul, Reklamcılar Derneği Yayını, http://rd.org.tr/doc/RD_TABLO_2016_MART.pdf Erişim: 04.05.2016

Sela, Y. (2016). Digital Age Summit 2016, <http://digitalage.com.tr/birkac-yil-icinde-sanal-gerceklige-gecilecek/> Erişim: 15.06.2016

Schröter, J. (2015). İnternet ve Sürtünmesiz Kapitalizm, (A. Aydoğan, Çev.), Medya, Meta ve Sermaye Birikimi, M@rx Geri Döndü, Ankara, NotaBene Bilişim, s. 367-387

Turgut, S. (2013). Yeni Medya, İstanbul, Destek Yayınları

Yaşın, C. ve Hülür, H. (2016). Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi, Ankara, Ütopya

Yaşın, C. (2002). Haber Söyleminin İnternet İçeriklerine Etkisi, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Washington Post, 26.05.2016, <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/05/26/the-very-dark-side-of-live-streaming-that-no-one-seems-able-to-stop/>

İnternet Kaynakları (Erişim Tarihi:21.04.2016)

<https://www.theguardian.com/technology/2013/jul/30/google-glass-istanbul-protests-vic>.

<https://www.salesforce.com/ca/blog/2015/10/live-streaming-and-social-media.html>

<http://techcrunch.com/2015/08/12/periscope-has-10m-registered-users-watching-40-years-of-video-per-day/>

<http://techcrunch.com/2015/03/26/abre-los-ojos/>

<http://newsroom.fb.com/news/2016/04/introducing-new-ways-to-create-share-and-discover-live-video-on-facebook/>

<http://www.scroll.com.tr/younow-mahkeme-karariyla-kapatildi/>

<https://www.wilmu.edu/tlt/documents/Do-it-yourselflivestreaming.pdf>