

SOSYAL MEDYA ORGANLARINDA CANLI YAYIN YAPMA ALİŞKANLIĞI: TWİTTER'DA ÖLÜMLÜ TRAFİK KAZALARI İÇERİKLİ İLETİLERİN İNCELENMESİ

Ahmet ŞENLİK
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
ahmetsenlik@stu.aydin.edu.tr
https://orcid.org/0000-0001-7512-1817

<i>Atf</i>	Şenlik, A. (2021). SOSYAL MEDYA ORGANLARINDA CANLI YAYIN YAPMA ALİŞKANLIĞI: TWİTTER'DA ÖLÜMLÜ TRAFİK KAZALARI İÇERİKLİ İLETİLERİN İNCELENMESİ. Journal of Communication Science Researchs, 1 (1), 1-14.
------------	---

ÖZ

21.Yüzyıl teknolojik gelişmelerin zirve yaptığı bir zaman dilimi olmuştur. İçinde bulunduğumuz bu yüzyıla teknolojik gelişmeler neticesinde dijital çağ ya da internet çağı da denmektedir. Yeni medya çatısı altında inceleyebileceğimiz çevrim içi iletişim, bilgi, katılım, etkileşim ve iş birliği olarak adlandırılan sosyal medya uygulamaları (Twitter, Facebook, Youtube, Instagram vb.) Web 2,0 teknolojisinin toplum hayatına eklenmesiyle bireylere internet ortamında sadece tüketici olarak değil üretici olarak da varlık gösterebilme imkânı sunmuştur. Bireyler bu uygulamalarla anlık canlı yayın yapabilir hale gelmiştir. İlk bakışta göze ve kulağa hoş gelen bu gelişmeler beraberinde birtakım olumsuzluklar da getirmiştir. Bireyler sosyal medya mecralarında takipçilerine içerik üretebilmek adına, aşırı dikkat gerektiren araç kullanımı sırasında dikkatlerini bu canlı yayınlara yönlendirerek trafik kazalarına sebebiyet vermektedir. Hedef kitle konumunda olan kişiler bu tarz kaza haberlerine ilgi duymaktadır. Bu anlamda yeni medya teknolojileri nedeniyle kaza yapan bireylerin, sosyal medya kullanıcıları bağlamında etkileri araştırmanın ilgi odağındadır. Bunun nedeni sosyal medyada canlı yayın kaynaklı trafik kazalarının “Ölümle” sonuçlanmasıdır. Bu makalede 01.03.2018 - 30.11.2020 tarihleri arasında twitter’da canlı yayında trafik kazası geçirenlerle ilgili haberlere yorum yazan 50 adet tweet derlenerek içerik analizi bağlamında incelenip, hedef kitlenin bu haberleri nasıl yorumladığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Sosyal Medya, Alışkanlık, Canlı Yayın, Twitter,

LIVE BROADCAST IN SOCIAL MEDIA ORGANS HABIT; REVIEW OF MESSAGES WITH DEADLY TRAFFIC ACCIDENTS IN TWITTER

ABSTRACT

The 21st century has been a period when technological developments peaked. 21st century is also called the digital age or internet age as a result of technological developments. Social media applications as online communication, information ,participation, interaction and cooperation (Twitter, Facebook, Youtube, Instagram etc.), which we can examine under the umbrella of new media, with the integration of web 2.0 technology into social life, the internet has the opportunity to exist not only present as a consumer but also as a consumer, presented. Individuals became able to broadcast instantly with these applications. These developments, which are pleasing to the eyes and ears at first sight, have brought some

getivities with them. In order to produce content for their followers on social media, individuals led their followers attention to these live broadcast during the use of vehicles that extreme attention causing traffic accidents. People who are in target group position and interested in such accident news. In this sense, individuals who have accidents due to new media technologies, potential researches and social media users are in the focus of the research. The reason for this is that live broadcast traffic accidents in social media result in "death". In this article 50 tweets that commented on the news about traffic accidents that happened in livestream on Twitter between 01.03.2018/30.11.2020 were compiled and analyzed in the context of content analysis and it was tried to reveal how the target audience interpreted these news.

Keywords: *New Media, Social Media, Habit, Live Broadcast, Twitter*

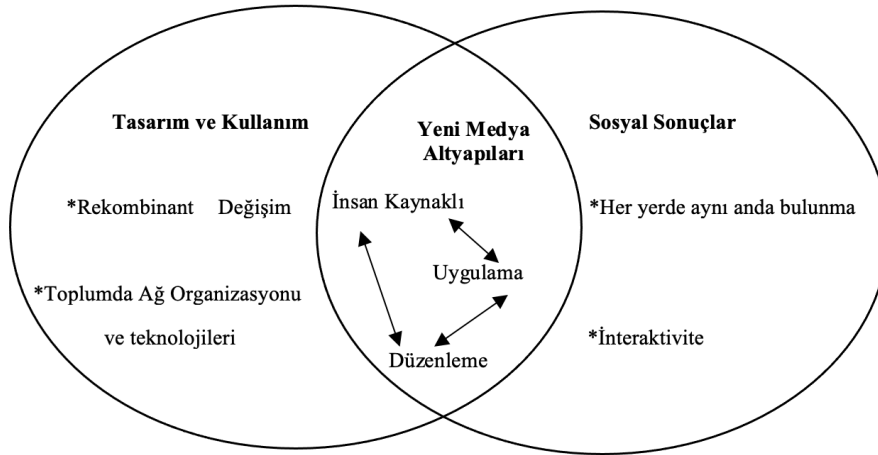
GİRİŞ

İnsanoğlu var olduğu günden bu yana çevresiyle iletişim ve etkileşim içindedir. Bireyler bilgi ve tecrübelerini, gün içinde yaşadığı ve kendince önemli gördüğü olayları çevresiyle paylaşma ihtiyacı duymaktadır. İnsanoğlu ilk çağlarda yaşam alanı olan mağara duvarlarına çizdiği resimlerle bir nevi bu ihtiyacını görselleştirerek gidermeye çalışmıştır. Mağaralardan çıkılması, değişik bölgelere göç edilmesi, farklı kültür ve insanlarla karşılaşılması neticesinde bireylerin bilgi birikimi artmış, yazının ve alfabenin bulunmasıyla da bireyler geçmişin deneyimlerinden daha kolay faydalanabilir hale gelmiştir. Tarımsal üretimin başlaması inşaları göçebe hayattan yerleşik hayata geçirmiştir. Yerleşik hayat sonucunda bireyler bir arada yaşamaya başlayarak toplum kavramını oluşturmuştur. Bu bağlamda birey toplumda kendine bir yer edinmek, toplumun bir üyesi haline gelmek ve toplum tarafından dışlanıp yalnızlığa sürüklenmemek için çevresiyle sürekli iletişim ve etkileşim içinde olmuştur. Buna sosyalleşme denilmektedir. Bireyleri sosyalleşmeye iten nedenlerden bazıları beğenilme, takdir görme, toplumda bir statü edinerek kendine yer edinme içgüdüdür. Bilgisayar ve internet teknolojilerini icat olunmadığı dönemlerde birey sosyalleşme ihtiyacını aile ortamı, arkadaş ortamı, iş ortamı, sinemaya gitmek vb. gibi fiziki olarak bulunduğu ortamlarla giderebilmektedir. Web 1,0 ağ sisteminde kullanıcılar internetteki içerikleri edinmekle yetinmektedir. Bu ağ sisteminde bireyler internetteki mevcut ve kısıtlı bilgiyi tüketirken kendileri bu ağ sistemindeki internet ortamına herhangi bir içerik üretememektedir. Web 1,0'ın geliştirilerek Web 2,0 teknolojisine evrilmesiyle bireyleri internet ortamında içerikleri üreten ve aynı anda bu içerikleri tüketen konumuna getirmiştir. Web 2,0 teknolojisinin ve akıllı telefon, tablet gibi yeni nesil teknolojilerin de yardımıyla, son nesil sosyal teknolojiler, bireylerin birbirleriyle daha çok iletişim kurmasını sağlamakta, bunun üzerine ortak ilgi alanlarının oluşmasına olanak vermiştir. Bu gelişmeler neticesinde sosyal medya platformlarının (Twitter, Facebook, Youtube, Instagram vb.) gelişmesi ve gün içinde bireyler tarafından aktif olarak kullanılması bireyi sosyalleşebilmek için belli bir zamana ve mekâna bağlı olma zorunluluğundan sıyrılmıştır. Kullanımlar doyumlara yaklaşımına göre birey kitle iletişim araçlarını birtakım doyumlara ulaşmak için kullanmaktadır. Bireyler sosyal medya platformlarında iletişim kurarak, içerik ve enformasyon üreterek bunları arkadaş çevresiyle paylaşarak sosyalleşme edimini gerçekleştirerek doyuma ulaşır ve sosyalleşme ihtiyacını giderir. Bireyler bu sosyal medya mecralarında profiller oluşturarak dijital bir kimliğe bürünürler ve bu sayede bu mecralarda beğenilme, takdir görme, sevgi saygı görme ihtiyacı gibi ihtiyaçlarını gidermektedir. Bu ihtiyaç sosyal medya organları, bireyleri ego merkezli buluşma noktası haline dönüştürmüştür (Çizmeci, 2014: 386). Bu çalışma daha çok sosyal medya organlarında bireylerin takipçilerine içerik üretebilmek adına aşırı dikkat gerektiren araç kullanımı sırasında canlı yayın yapma alışkanlığı üzerinde durmaktadır. Sosyal medya bağımlılıkları üzerine yapılan çalışmalar genel olarak bireylerin davranış ve psikolojik bozuklukları üzerine odaklanmaktadır. Bu çalışmanın amacı bireylerin hayatlarına mal olan, sosyal medyada canlı yayın yapma alışkanlıklarının fiziki boyutta incelenerek sosyal medya bağımlılıklarının bireyleri sadece psikolojik zararlar uğratmadığı, fiziki olarak giderilmesi zor ya da imkânsız zararlara uğratabileceğinin anlaşılmasını sağlamaktır.

Yeni medya ve Sosyal medya

Günümüzde sıklıkla karşılaşmakta olduğumuz yeni medya kavramı terimsel olarak, ana akım medyadan (kitap, radyo sinema ve televizyon) farklı olarak, sayısal medyayı, özellikle etkileşimsel medyayı, internet ağlarını ve sosyal iletişim medyasını ifade etmektedir (Binark, 2018: 19). Yeni medya kavramı teknik açıdan incelendiğinde bilgisayar ve ağ teknolojileri ile özdeşleşmiş bilginin, dijital form biçiminde taşınıp, iletildiği bir iletişim ve paylaşım biçimidir. Yeni medya bireylerin binlerce kişiye kolayca ulaşabilme (mesajını/içeriği iletebilme - alabilme) imkânı bulduğu iletişim alanıdır (Şahin, 2016: 52). Bu bağlamda yeni medya; dijital kodlama sistemine dayanan yüksek hızda etkileşim sağlayan, geleneksel medyada sadece tüketici konumunda olan bireylerin, pasif konumdan aktif konuma geçmesini olanaklı hale getiren iletişim alanlarıdır (Yengin, 2012: 128).

Yengin'e göre yeni medya hangi tür medya ve iletişim teknolojileri olursa olsun onların içeriğini özelliklerini ve yeteneklerini birleştirerek, onları yeniden düzenlemekle kalmaz, aynı zamanda medya üreticileri ile tüketicileri arasındaki ve sistemleri tasarlayan ile kullananlar arasındaki genel ayrımı da bulanıklaştırır (Yengin, 2014: 104). Livingstone ve Lievrouw yeni medyayı bilgi ve iletişim teknolojileri ve bunların sosyal bağlamları olarak üç temel bileşende birleştirmişlerdir. Bunlar: Bireylerin iletişim kurma ve anlam paylaşma yeteneklerini olanaklı kılan ve artıran maddi nesnelere ya da cihazlar, bireylerin gelişirken dahil olduğu ve bu cihazları kullandığı iletişim etkinlikleri ya da pratikleri ve bireylerin nesnelere ve pratikler etrafında inşa ettiği daha geniş sosyal düzenlemeler ve organizasyonel formlar (Lievrouw'dan akt: Yengin, 2014: 104) dır.



Şekil 1. Yeni Medya Kümesi
(Kaynak: Lievrov'dan akt: Yengin, 2014: 105)

Buraya kadar olan bölümlerde yeni medyanın teknik ve terimsel tanımları yapılmıştır. Yeni medyanın sosyolojik boyutunu kullanıcıların ürettiği ve düzenlediği içerikler ve bu içeriklerin kullanıcılar arasında oluşan ağda dolaşıma girmesiyle ortaya çıkan sosyal medya kavramı oluşturmaktadır (Başlar, 2013: 826). Sosyal medya kavramına bakıldığında, bireyler arasında etkileşimi destekleyen, iletişimdeki sınırları azaltan, ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin paylaşımını artıran ve tüm bireylere kişisel profilini oluşturma şansı tanıyan ve bireylere iletişimde bulunmak istediği arkadaş listesini oluşturma fırsatı tanıyan web tabanlı platformlar olarak da nitelendirilebilir (Ünal, 2020: 3). Sosyal medya dijital teknolojilerin gelişmesi ve internetin günlük kullanıma dahil olmasıyla gelişmeye başlamıştır. İlk olarak elektronik posta (e-posta) seviyesinde başlayan süreç son yıllarda hızla evrilerek Messenger, Facebook, Instagram, Twitter gibi sanal iletişim ortamlarıyla hayatımıza girmiştir. Bu sanal ortamlar bir yandan

yeni bir iletişim şekli geliştirirken , diğer yandan da bireyler için sanal da olsa yeni sosyal alanlar açmıştır. Bu yeni iletişim biçimi hem işleyiş hem de işlev açısından mevcut olan kitle iletişim araçlarından (gazete, radyo, sinema vb.) bir takım farklı özellikler sergilemektedir. Bu özelliklerden bazıları: Anımsalılık (İletinin gönderilmesi ve geribeslemesinin aynı anda olması), Üretim ve tüketimin iç içe olması (bireyleri sosyal medya içeriklerini aynı anda hem üretmesi hem de tüketmesi), Bireylerin izleyici yerine kullanıcı olması (Bireyler sosyal medya ortamında bir yandan izleme yaparken bir yandan da ortama etkin bir şekilde katılım gösterir), Etkileşimcilik (Messenger, Facebook, instagram, Twitter gibi ortamlarda iletiler karşılıklı gönderilir, yanıtlanır), Merkezsizlik (Sosyal medya ortamına katılan bireylerin tek bir merkezden değil de buldukları herhangi bir konumdan dahil olması) vb. özelliklerdir (Güngör, 2020: 401-402). Teknolojinin hızla gelişmesiyle hızlı internet erişiminin artması, akıllı telefonların bünyelerine fotoğraf ve video çekebilme özelliğinin eklenmesi, bu cihazların ucuzlaması ve kullanımının da kolay olması neticesinde bireyler kendi sosyal medya hesaplarında fotoğraf ve videolarından, düşüncelerinden içerik üretebilmekte, hatta bazı sosyal medya uygulamalarından (Facebook, instagram, Youtube) canlı yayın yapabilmektedir. İlk olarak Chris Shipley tarafından kullanılan sosyal medya kavramı gelişen ağ ve internet teknolojileri neticesinde bireylere çevrimiçi iletişim ve etkileşim sağlayan, gerek bireysel gerek ekip olarak içerikler hazırlamaya yarayan ve bu bilgi ve içerikleri paylaşma fırsatı veren dijital medya ortamı ve teknolojileridir (Kırık ve Kozan, 2019, s. 66). Göze ve Kulağa hoş gelen bu özellikler bir takım olumsuzluklar da beraberinde getirmiştir. Bunlardan biri de sosyal medya organlarından canlı yayın yapma bağımlılığıdır. Son zamanlarda sosyal medya organlarında canlı yayın yapılıyor olması bireylerin sıklıkla tercih ettiği bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal Medya Bağımlılığı: Canlı Yayın

Bağımlı bir kimseye veya şeye maddi manevi yönden aşırı bağlı olan anlamındadır (URL-1). İnternet ve ağ teknolojilerinin gelişmesiyle bireyler sosyal medya aracılığıyla ilgi alanlarına yönelik arkadaş grupları oluşturma, onlarla anlık olarak etkileşime geçme şansı yakalayarak sanal bir sosyal çevre oluşturmuştur. Belli bir zaman sonra bireyler sosyal medya organlarında vakit geçiriyor olmaktan kendilerini alı koyamamakta ve sosyal medya mecralarına sürekli içerik üreterek gerçek dünya ile sanal dünyayı ayırt edememektedir. Birey gerçek dünyadan koparak sanal dünyanın “Kölesi” haline gelmektedir.

“Anı yaşamak yerine onun gerçek olmayan bir kopyasını yaratmak için çabalayanlar artarken, bir zamanların meşhur” Carpediem” sözü daha anlamlı hale gelmektedir. Yaşadıkları andan ve mekândan duygusal olarak kopmuş dijital esirlik halindeki insanların, çevresindeki tüm olay ve gerçeklere sanal dünyalarında kullanacakları potansiyel malzeme gözüyle bakmaları ise gerçekliğin önem, değer ve anlamından çalmaktadır. Her çağda insanlar çeşitli fantazyalarla hayal dünyalarını ve zihinlerini meşgul etmiş, gerçeklik dışı olgulara sığınmış ya da oyalanmıştır. Günümüz sanal gerçeklik ve teknoloji dünyasında ise artık fantazyalarımız farklı boyuta ulaşmıştır. Gerçeğiyle yarışacak derecede canlı imajlar ve görüntülerle fantazyalar adeta sanal dünyanın sınırlarını aşarak, gerçek dünyaya taşma çabası içine girmiştir” (Övür, 2019: 55).

Bireyler sosyal medya organlarında süreklilik sağlamak, beğenilmek ve takdir görmek için zamanlarının büyük bir kısmını bu mecralara video ve fotoğraf yükleyerek, içerik üreterek, canlı yayınlar yaparak geçirmektedir. Canlı yayın kavramı, önemli bir olay, gösteri veya bir toplantının ya da ani gelişen bir olayın, televizyon, radyo veya internet aracılığıyla olayın yaşandığı anda izleyicilere sunulmasıdır (Evcı, 2015, s. 70). Sosyal medyada canlı yayın gelişen ağ ve internet teknolojileri sayesinde, bir olay, gösteri, bir toplantının ya da sosyal medya kullanıcısının takipçileriyle anlık olarak etkileşim içine girmek istemesiyle internet ortamında sosyal medya uygulamaları sunulmasıdır. Yeni medya canlı yayıncılığının en cezbedici yanı izleyici, kullanıcı ve yayıncıların arasındaki etkileşimin en üst safhada olmasıdır (Şahin, 2016, s. 55). Günümüz teknolojilerinin gelişmesi ve eskiye göre görece ucuz olması ev fiyatıyla eşdeğer

olan kamera ve kurgu sisteminin telefonlarca da kullanılabilmesine imkân tanımıştır (Yılmaz, 2017: 133). Eski zamanlarda kitlesel olarak insanların topluca izlediği canlı performansların sergilendiği eğlence biçimleri yerini teknolojik icatlarının etkisiyle bireylerin sosyal medya ortamlarında kendi canlı yayın performanslarını sergileyebilmesine bırakmıştır (Kırık ve Kozan, 2019, s. 69). Bu bağlam da birey ilgi odağını kendinde toplayabilmek için sosyal medya ortamlarında geniş çapta görünür olma güdüsüne girmiştir.

“Ağlaşmış kamular sosyal etkileşimin her türünü mümkün kıldığından, bu dinamiklerin etkileri, ana akım medya ve kamuya sunulan diğer medyaların etkilerinden daha geniş seviyelerde hissedilebilmektedir. Bu dinamikler çok geniş insanlar bütününe etkileşimini farklılaştırmaktadır, bunun yanında arkadaş grupları ve akran toplulukları arasındaki dinamikler de karmaşıklaşmaktadır. Geniş çapta görünürlük için yapılan pratikleri başkalaştırmakta ve aslında kamusal olması hiç istenmeyen etkileşimleri karmaşıklaştırıp kamusal hale getirmektedirler. Bunun sebebi, ağlaşmış medyanın, radyo-televizyon medyası gibi, özel-kamusal ayrımını karmaşık yoldan bulanıklaştırmasıdır. Radyo-televizyon medyası hep ünlülerin özel hayatını yok edici olarak görünmekteydi. Ağlaşmış kamular radyo televizyon medyasının dinamiklerini sıradan insanlara getirince, katılımcıların merakı yerel çevrelerindeki insanlara kaymıştır”(Boyd’dan akt: Çizmeci, 2014: 392-39).

Teknolojinin bireylerin günlük hayatına etkisi ve nispeten kolay ulaşılabilir olması bireylerin tüm ilgiyi kendinde toplama isteğiyle birleşerek bireyleri aslında göz önünde olması hiç istenmeyecek içerikleri sergilemeye itmektedir. Bu şekilde radyo ve televizyon medyası daha önce ünlülerin özel hayatlarını nasıl karmaşıklaştırmışsa sosyal medya ortamlarında canlı yayın yapma özelliği de diğer bireylerin özel hayatları karmaşıklaştırmıştır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında bireylerin sosyal ve psikolojik ihtiyaçları vardır. Bireyler bu ihtiyaçları gidermek için medya içeriklerine yönelik arayışlarda bulunurlar. Bireyler ihtiyaçları doğrultusunda buldukları içerikleri kullanırlar ve doyuma ulaşırlar (Yaylagül, 2017: 72). Gerçek hayatta ulaşmaya çalıştığı doyumunu yaşayamayan birey bu gereksinimini sosyal medyayla giderebileceğinin inanmaktadır. Canlı yayın uygulamalarını bireyler değişik gereksinimlerini giderebilmek için kullanmaktadır. Bireyler canlı yayın, video, fotoğraf gibi görsel tabanlı içerikler üreterek, vücudunu teşhir edip, beğenilme arzusunu kamçulamaktadır. Bir sosyal medya kullanıcısı para kazanabilmek için sosyal medya hesabından canlı yayın gerçekleştirirken, bir başka sosyal medya kullanıcısı da takipçileriyle anlık etkileşimde bulunmak, onların ilgilerini üzerine çekebilmek için canlı yayın yapmaktadır. (Yılmaz, 2017: 133). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı izleyicinin de en az gönderici kadar etkin olduğun varsaymaktadır (Fiske, 2019: 268). Bu bağlamda bireyler sosyal medya hesaplarından canlı yayın yaparak daha fazla etkileşim alacağını, takdir göreceğini, beğenileceğini düşünmektedir. Tüm bu edimleri belli bir mekânda sabit kalarak ya da araç kullanırken gerçekleştirmektedir. Sosyal medya platformlarını eşsiz kılan şey, bilgisayar veya akıllı telefonun tüm teknolojik özelliklerinden yararlanması ve bunları takipçilerin ekranlarına yarı profesyonel bir şekilde kadraj, ışık ve hareket olarak yansıtabilmesidir. Tüm bunların ötesinde bireylerin doğaçlama bir sunum/aktarım ile olayları hikâyeleştirerek ana akım bir medya kuruluşunun tüm fonksiyonlarını tek başına ve basit bir şekilde yerine getirebilmektedir (Şahin, 2016: 56). Bu bağlamda bireyler sosyal medya organlarında sürekli içerik üretebilmek adına, aşırı dikkat gerektiren araç kullanımında dikkatlerini bu canlı yayınlara yönlendirerek trafik kazalarına sebebiyet vermektedir. Bunun sonucunda bireyler hem kendilerine hem de etrafındaki diğer insanlara zarar vererek ölümlü trafik kazalarına sebebiyet vermektedir.



Resim 2. Instagram Canlı Yayın Kaza
Kaynak: URL-2

Çalışmanın odak noktasında bulunan hedef kitle bu tür kaza haberleriyle ilgilenmekte ve sosyal medyanın katılımcı yönünü kullanarak bu tür haberlere bir sosyal medya uygulaması olan Twitter üzerinden yorum yapmaktadır. Bu bağlamda Twitter uygulaması başka bir başlık altında incelenecektir.

Soğuk İletişim Kaynağı: Twitter

McLuhan; iletişim ve kitle iletişim araçlarını sıcak ve soğuk araçlar olmak üzere ikiye ayırır. Bireylerin yalnızca bir duyusuna hitap eden iletişim araçları sıcak, birden fazla duyusuna hitap eden bireylerin de iletişim süreçlerine katılımını olanaklı kılan iletişim araçlarını da soğuk iletişim araçları olarak adlandırmıştır (Yaylagül'den akt: Yengin, 2014: 45). Örneğin radyoyu ele alacak olursak, radyo bireylerin sadece işitme duyusuna hitap eder. Bireyler pasiftir ve yalnızca duyma edimini gerçekleştirerek iletileri alır ve onun dışında herhangi bir etkinlikte bulunamaz ve bu yüzden sıcak iletişim kaynağıdır. Telefonu örneklemeyse, bireyler karşılıklı olarak etkileşim içindedir. Hem iletiyi duyar hem de iletiye dönütlerde bulunur. Günümüzün teknolojik gelişmeleri sayesinde bu iletişim şekli biraz daha gelişerek, bireyler görüntülü olarak da görülebilmektedir. Bu bağlamda soğuk iletişim araçları hem görme hem işitme hem de dönüt olarak etkileşimde bulunabilmektedir (Güngör, 2020: 191). Soğuk iletişim kaynaklarının hem görüntü hem ses hem de etkileşimsel olarak iletişim kaynağına dönüşmesinde bazı sosyal medya uygulamalarının (Twitter, Facebook, Youtube, Instagram vb.) da bu özellikleri bünyesinde barındırması etkili olmaktadır.

“Bu sosyal medya uygulamalarından Twitter “microblogging” denilen ve 140 karakterlik yazılardan oluşan mini blog servisi mantığıyla üzerine çalışmaktadır. Özünde kişisel bir blog’a yazılan yazılar gibidir. Onlardan farklı olan tek tarafı bir kısa mesaj kısalığında olmasıdır. Herhangi bir konuda yazılabilecek olan bu mesajlara “Tweets” denmektedir. Kullanıcılar birbirlerine twett’ le yollayarak paylaşımda bulunmaktadır. Twett’ler yazanın profil sayfasında bulunur ve iletişimde olduğu takipçilere bu bilgilere ulaşma imkanı sağlar. Bu mesajlar sadece kullanıcının takipçilerine görünebildiği gibi, kullanıcının inisiyatifine göre tüm tweet kullanıcılarına da görünebilmektedir (Erdem, 2010: 93). Twitter’daki mesaj akışı, bireylerin direk olarak katılmasalar da, çevresel olarak onlardan haberdar olmasına olanak vermektedir. Twitter kullanıcıları, izlenimlerini, düşüncelerini bazı konularda kaçınarak ve özgünlük sağlayarak sürdürmektedir” (Çizmeci, 2014: 400-401).

Bu bağlamda twitter kullanıcıları, sosyal medya organlarında canlı yapıldığı sırada tüm dikkatlerini canlı yayınlara vererek “Ölümlü” trafik kazalarına sebebiyet vermektedir. Bu çalışmada twitter kullanıcılarının bu tarz kazalar hakkındaki düşüncelerinin neler olduğu içerik analizi yöntemiyle açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Tasarım ve Yöntemi

Bu çalışmada sosyal medya kullanıcılarının, sosyal medya platformlarında, canlı yayın yapma alışkanlığından kaynaklı “Ölümlü” trafik kazaları, sosyal medya bağımlılığıyla ilişkilendirilmiş olup, hedef kitlenin tepkilerine yönelik çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu çerçevede sosyal medya uygulamaları araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Evren içindeki örneklem ise Türkiye’deki Twitter kullanıcılarıdır. Araştırmada içerik analizi veri toplama yöntemi olarak kullanılmış olup, gizlenen verilere bu yöntemle ulaşılmaya çalışılmıştır.

İçerik analizi: “*Belli bir metnin, kitabın, belgenin içeriğinde gizli kavram, ilke ve özellikleri anlama ve anlatma aracı ile yapılan bir taramadır*” (Karasar, 2020: 231). İçerik analizi yardımıyla yazılı metinlerin içine gizlenmiş mesajlar kolaylıkla anlaşılabilen, bu vesileyle araştırmacının konuya yaklaşımı çözümlenerek, araştırmanın içeriği bilimsel olarak temellendirebilmektedir (Yengin, 2017: 80). İçerik analizinin ortaya çıkması ve önemli hale gelmesi, kitle iletişim araçlarının yayılmasıyla gerçekleşmiştir. Günümüzde içerik analizine genellikle kitle iletişim araçlarının içerikleri ve mesajlarıyla ilgili araştırmaların alt metinleri araştırmak için kullanılmaktadır (Aziz, 2020: 119).

“Bütünün içinde verilmek istenen duygu ve düşüncelerin açığa çıkarılması için kullanılan içerik analizi yönteminde araştırmanın doğası gereği inceleme konusu kategorilere ayrıştırılır ve nicel verilere dönüştürülerek yorumlanır. Özellikle sosyal bilimlerde genel kabul görmüş bir araştırma yöntemi olan içerik analizi; yazılı, sözlü ya da görsel herhangi bir içeriğin veya içerik grubunun niceliksel verilere dönüştürülerek, elde edilen istatistiksel verilerin kategorilere ayrılarak yorumlanmasını ve mevcut olan druma yönelik çıkarımlarda bulunabilmemizi sağlar”(Yengin, 2017: 76).

01.03.2018 - 30.11.2020 tarihleri arasında Twitter’da, sosyal medya platformlarında canlı yayın yaparken, trafik kazası geçirenlerle ilgili haberlere yorum yazan 50 adet tweet ”tesadüfi örneklem” ile seçilmiştir. Çalışmada incelenen tweetlere, twitter’ın detaylı arama kısmına; “Canlı Yayın Kaza, Canlı Yayın Yaparken Canından Oldu, Direksiyon Başında Canlı Yayın, Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaza, Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı, Sosyal Medyadan Canlı Yayın, Sosyal Medyadan Canlı Yayın Yaptı” anahtar kelimeleri taratılarak erişilmiştir. Konuyla alakası olmayan tweetler çalışmanın kapsamı dışında bırakılmış olup, yazılan yorumlar olduğu gibi aktarılmıştır. Tablo 1’de Twitter’da yayınlanan, sosyal medyada canlı yayında ölümlü trafik kazaları konulu tweetler’in anahtar kelimeleri ve anahtar kelimeler neticesinde bulunan tweetler’in adet ve tarihleri yer almaktadır. Tablo 2’de Twitter’da sosyal medyada canlı yayın kaynaklı kaza içerikli iletiler ve bu iletilerin anahtar kelimeleriyle ulaşılan tweetler ve bu tweetlerin çıkarımları yer almaktadır.



Twitterda 01.03.2018 - 30.11.2020 tarihleri arasında sosyal medyada canlı yayında ölümlü trafik kazalarıyla ilgili tweetlerden 50 tanesi incelenmek üzere seçilmiş ve bu çalışma sosyal medyada canlı yayın yapma alışkanlığı üzerine temellendirilmiştir. Bu bağlamda elde edilen bulgular kapsamında sosyal medyada canlı yapma alışkanlığının “Ölümlü” trafik kazalarına yol açtığı saptanmıştır.







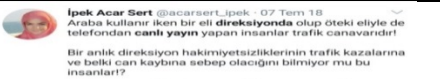

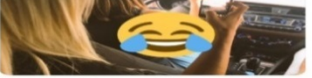


Tablo 1. Twitterda Ölümlü Trafik Kazaları Tweetlerinin Anahtar Kelimeleri Adedi ve Tarihleri


Anahtar Kelimeler	Tweet Sayısı	Tarih
Canlı Yayın Kaza	7	06.03.2018-28.09.2020
Canlı yayın Yaparken Canından Oldu	2	05.07.2020
Direksiyon Başında Canlı Yayın	11	13.06.2018-11.03.2020
Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaza	8	30.04.2018-23.06.2018
Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	10	19.11.2019
Sosyal Medyadan Canlı Yayın	12	09.09.2019-06.11.2020




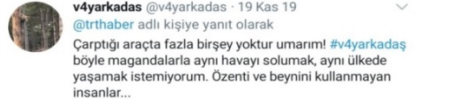












Tablo 1’de 01.03.2018 - 30.11.2020 tarihleri arasında twitterda sosyal medyada canlı yayında ölümlü trafik kazalarıyla ilgili 50 tweetin anahtar kelimeleri ve tweet sayıları yer almaktadır. Aynı zamanda bu tweetlerin hangi tarihler aralığında yazıldığı yer almaktadır.

Tablo 2. Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaynaklı Kaza İçerikli Tweetler ve Çıkarımlar

No	Tweet	Anahtar Kelime	Çıkarım
1		Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olaya uyarıcı, tepkili ve temkinli bir yaklaşım sergilemiştir.
2		Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olaya sitemkâr ve uyarıcı bir yaklaşım göstermiştir.
3		Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olaya uyarıcı ve sitemkâr bir yaklaşım göstermiştir.
4		Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olaya suçlayıcı bir yaklaşım göstermiştir.

5	 <p>hey yAVRUM HEYY! @HeyyYavrum · 19 Kas 19 @dhainternet adlı kişiye yanıt olarak Bulmuş belasını ne sevdim içim soğudu bu öküzdün bu akbete uğradığını görmektİnşallah sadece kendi başını yemiştir darısı trafikte bu tarz itlik yapanların başına lann? 🤔🔴🔴</p>	Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olaya suçlayıcı ve bu tarz yayımları gerçekleştirenlerin de aynı akibete uğramasını isteyen bir yaklaşım sergilemiştir.
6	 <p>aydn BOSTAN (RTM) @aydn_bostan · 19 Kas 19 @dhainternet adlı kişiye yanıt olarak Keşke bu tiplerin hatalarını kendinden başkasına yaşatmasa</p>	Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olaya suçlayıcı ve üzüntülü bir yaklaşım göstermiştir.
7	 <p>Sc @Suat34320102 · 28 Eyl 20 @tele1comtr adlı kişiye yanıt olarak Gözü telefon ekranında yolu unutuyor haliyle.</p>	Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olayı gerçekleştireni dikkatsiz olmakla suçlayan bir yaklaşım göstermiştir.
8	 <p>İmer can İnceoğlu @comercanincocoglu · 05 Tem 20 Yaptığı işi mesulastirmek ne kadar doğru araba çıksın yada çıkmasin araba kullanırken telefonla oynayanın yaptığı kaza kazadır. Kendini düşünmüyor başkasını hiç düşünmüyor.</p>	Canlı Yayın Yaparken Canından Oldu	Kullanıcı olaya suçlayıcı ve kızgın bir yaklaşımda bulunmuştur.
9	 <p>M. Emir MRCN @emrmrcn48 · 05 Tem 20 @cumhuriyetgzt adlı kişiye yanıt olarak Yapmasınlar kardeşim bi direksiyonda bi el telfnda canlı yayın yapmak sonuç hüsrân olmasın Kederli ailesine bassaglı dilerim</p>	Canlı Yayın Yaparken Canından Oldu	Kullanıcı olaya uyarıcı ve üzgün bir yaklaşım göstermiştir.
10	 <p>dj evşan the call girl @evsanexe · 13 Haz 18 direksiyon başında canlı yayın açma apaçılığını ne zaman bırakacaksınız acaba</p>	Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı olaya sitemkâr bir yaklaşım sergilemiştir.
11	 <p>Trenci Jack™ @Jack_Daniells · 21 Haz 18 Direksiyonda müzik eşliğinde canlı yayın açmalara dur demedikleri içindir bence.</p>	Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı olaya suçlayıcı bir yaklaşım göstermiştir.
12	 <p>Ipek Acar Sert @bacarsertipek · 07 Tem 18 Araba kullanır iken bir eli direksiyonda olup öteki eliyle de telefondan canlı yayın yapan insanlar trafik canavarıdır! Bir anlık direksiyon hakimiyetsizliklerinin trafik kazalarına ve belki can kaybına sebep olacağını bilmiyor mu bu insanlar?</p>	Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı olaya suçlayıcı ve sitemkâr bir yaklaşımda bulunmuştur.
13	 <p>me chéry @fransizkalmisim · 16 Ağu 18 Arkadaşlar kalıya yatarsa bu ne ya 1700 hesabı direksiyon başında instagramdan canlı yayınını yapıyor OH DİRTİAKH gördüğün ilk gündün beni maruz kalıyorum</p> 	Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı olaya kızgın ve sitemkâr bir yaklaşımda bulunmuştur.
14	 <p>DENİZİPEK @denizipek · 11 Kas 18 Size söz veriyorum. Birgün arabam olursa gayet. İstada direksiyon başında 15 dk bir canlı yayın. her gece 281808 tane story ,haftada en az 3 tane arabam var fotoğrafı atmıcam lan valle. Arada böyle bi seyyaparız yani.. Küfür ettiğinizi biliyorum.. Çünkü benide ediyorum..</p>	Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı olaya ironik ve kızgın bir yaklaşım göstermiştir.
15	 <p>Ahmet ÇİFTÇİ @ahmetctfc3 · 31 Tem 19 Direksiyon başında canlı yayın açacağınıza yola bakın da hem kendinizin hem de başkalarının hayatını tehlikeye atmayın</p>	Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı olaya uyarıcı bir şekilde yaklaşım göstermiştir.

16		Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı olaya ironik bir yaklaşım sergilemiştir.
17		Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı olaya suçlayıcı ve uyarıcı bir şekilde yaklaşmıştır.
18		Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı olaya suçlayıcı bir yaklaşım göstermiştir.
19		Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı kızgın bir yaklaşım göstermiştir.
20		Direksiyon Başında Canlı Yayın	Kullanıcı kızgın ve suçlayıcı bir yaklaşım sergilemiştir.
21		Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olaya üzgün ve uyarıcı bir şekilde yaklaşmıştır.
22		Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olaya üzgün, kızgın ve uyarıcı bir şekilde yaklaşım sergilemiştir.
23		Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olayı gerçekleştirenin başına geleni hak ettiğini düşünen bir yaklaşım sergilemiştir.
24		Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olaya üzgün ve sitemkâr bir yaklaşım göstermiştir.
25		Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olayı gerçekleştirenin başına geleni hak ettiğini düşünen bir yaklaşım sergilemiştir.
26		Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olayı gerçekleştirenin başına geleni hak ettiğini düşünen bir yaklaşım sergilemiştir.
27		Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olayı gerçekleştirenin başına geleni hak ettiğini düşünen bir yaklaşım sergilemiştir.
28		Sosyal Medyada Canlı Yayın Kaza	Kullanıcı olaya ders çıkarılması gereken bir durum olması gerektiği yaklaşımıyla bakmıştır.
29		Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	Kullanıcı olaya kızgın, olayı gerçekleştirenin başına geleni hak ettiğini düşünen bir yaklaşım sergilemiştir.

30	 <p>Manizade @somanioglu · 19 Kas 19 @trthaber adlı kişiye yanıt olarak Harika olmuş 👍</p>	Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	Kullanıcı olayı gerçekleştirenin başına geleni hak ettiğini düşünen bir yaklaşım sergilemiştir.
31	 <p>KaDeR_Gülsek mi?? Ağlasak mı?? @... · 19 Kas 19 @trthaber adlı kişiye yanıt olarak GEBERSİN şırsız magandalar. 🤬🤬🤬🤬</p>	Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	Kullanıcı olaya kızgın ve olayı gerçekleştirenin başına geleni hak ettiğini düşünen bir yaklaşım sergilemiştir.
32	 <p>Acar @kinngacar · 19 Kas 19 @trthaber adlı kişiye yanıt olarak Böle yavsak insanlar yüzünden milletin canına malına zarar geliyor</p>	Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	Kullanıcı olaya kızgın bir yaklaşımda bulunmuştur.
33	 <p>v4yarkadas @v4yarkadas · 19 Kas 19 @trthaber adlı kişiye yanıt olarak Çarptığı araçta fazla birşey yoktur umarım! #v4yarkadas böyle magandalarla aynı havayı solumak, aynı ülkede yaşamak istemiyorum. Özentü ve beynini kullanmayan insanlar...</p>	Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	Kullanıcı olaya kızgın ve sitemkâr bir yaklaşımda bulunmuştur.
34	 <p>ayaltintas1507 @ayaltn1507 · 19 Kas 19 @trthaber adlı kişiye yanıt olarak Ben de anlamam otoyolda araç kullanırken neyin canlı yayını açarsın be adam... Çok riskli durumlar bunlar.</p>	Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	Kullanıcı olaya kızgın ve sitemkâr bir yaklaşımda bulunmuştur.
35	 <p>Tweet Tayfun @tyfn_acn · 19 Kas 19 @trthaber adlı kişiye yanıt olarak Şimdi gerisinde efendi efendi giden adamın suçu ne</p>	Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	Kullanıcı olaya suçlayıcı ve üzgün bir yaklaşım bulunmuştur.
36	 <p>SADE VATANDAŞ @ortekin66 · 19 Kas 19 @trthaber adlı kişiye yanıt olarak Güzel hareket...</p>	Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	Kullanıcı olaya ironik bir yaklaşımda bulunmuştur.
37	 <p>Av. Gül R.S. @gres270615 · 19 Kas 19 @Hurriyet adlı kişiye yanıt olarak Demek ki araba kullanırken telefonla oynanması gerekiyor</p>	Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	Kullanıcı uyarıcı bir yaklaşımda bulunmuştur.
38	 <p>beren @berenmri · 19 Kas 19 @Hurriyet adlı kişiye yanıt olarak Bu telefonlar olmadan araçta kullanamaz hale gelmiş vaziyetteyiz malesef</p>	Sosyal Medyada Canlı Yayındayken Kaza Yaptı	Kullanıcı üzgün ve sitemkâr bir yaklaşımda bulunmuştur.
39	 <p>mchebi @mchebi · 09 Eyl 19 @cnnturk adlı kişiye yanıt olarak Cinayet işlemiş kaza filan yapmamış</p>	Sosyal Medyadan Canlı Yayın Yaptı	Kullanıcı olaya uyarıcı bir yaklaşımda bulunmuştur.
40	 <p>José Ernesto Soledad @mrtemrsr61 · 09 Eyl 19 @cnnturk adlı kişiye yanıt olarak Trafikte canlı yayın yapanlara ağır cezalar verilmeli... Cahil bilgisiz insanlar.</p>	Sosyal Medyadan Canlı Yayın Yaptı	Kullanıcı olaya kızgın ve sitemkâr bir yaklaşımda bulunmuştur.
41	 <p>Sinan @karapapakSiNaN · 09 Eyl 19 @cnnturk adlı kişiye yanıt olarak Kendisi gebermemiş, yasanın adaletin olmadığı yerde 3 yıl yatar çıkar. Olan vatandaşın çocuğuna oldu.</p>	Sosyal Medyadan Canlı Yayın Yaptı	Kullanıcı olaya kızgın, sitemkâr ve üzgün bir yaklaşımda bulunmuştur.
42	 <p>nesrin biyıklı @n7b9t8 · 09 Eyl 19 @cnnturk adlı kişiye yanıt olarak Çok aci</p>	Sosyal Medyadan Canlı Yayın Yaptı	Kullanıcı olaya üzgün bir yaklaşımda bulunmuştur.
43	 <p>burak murat @muratcelik_79 · 09 Eyl 19 @cnnturk adlı kişiye yanıt olarak kasten adam öldürmekten yargılanmalı</p>	Sosyal Medyadan Canlı Yayın Yaptı	Kullanıcı olaya kızgın bir yaklaşımda bulunmuştur.
44	 <p>BEKİR Keskin @BEKRKeskin1 · 09 Eyl 19 @cnnturk adlı kişiye yanıt olarak Allah belanı versin o cocuğun hayallerini umutlarını mutluluklarını senin alkol vede sosyal meydı zevkine kurban gitti kahri peeişan ol</p>	Sosyal Medyadan Canlı Yayın Yaptı	Kullanıcı olaya kızgın, sitemkâr ve üzgün bir yaklaşımda bulunmuştur.
45	 <p>hüseyin 1977 @hseyin3001 · 09 Eyl 19 @cnnturk adlı kişiye yanıt olarak Allah belasını versin inşallah</p>	Sosyal Medyadan Canlı Yayın Yaptı	Kullanıcı olaya kızgın bir yaklaşımda bulunmuştur.

46		Sosyal Medyadan Canlı Yayın	Kullanıcı olaya üzgün, kızgın ve suçlayıcı bir yaklaşımda bulunmuştur.
47		Sosyal Medyadan Canlı Yayın	Kullanıcı olaya üzgün ve sitemkâr bir yaklaşımda bulunmuştur.
48		Sosyal Medyadan Canlı Yayın	Kullanıcı olaya kızgın bir yaklaşım sergilemiştir.
49		Sosyal Medyadan Canlı Yayın	Kullanıcı suçlayıcı bir yaklaşımda bulunmuştur.
50		Sosyal Medyadan Canlı Yayın	Kullanıcı olaya uyarıcı bir yaklaşımda bulunmuştur.

Tablo 2' de yer alan 50 tweet incelenmiş ve tweetlerle ilgili saptamalarda bulunulmuştur. Twitter'dan rastlantısal olarak seçilen 50 adet iletinin içerik ve sonuçları göstermektedir ki sosyal medyada canlı yayın yapma alışkanlığı "Ölümlü" trafik kazalarına sebebiyet vermektedir. Kullanıcılar çoğunlukla yazmış oldukları tweetlerde kazaya sebebiyet verenin bir şekilde cezalandırıldığını ve bunu hak ettiğini düşünmektedir. Bunun ana sebebi sosyal medyada canlı yayın yaparken kaza yapan kullanıcıların, kendileri dışında başkalarının da hayatlarını tehlikeye atıyor olmalarıdır. Çağın getirmiş olduğu teknolojik yenilikler bireylerin tutum ve davranışlarında birtakım değişiklikler meydana getirmiştir. Bireyler bu çağda sosyalleşme ihtiyacını yeni medya organlarında giderir olmuştur. Bir süre sonra bireyler sosyal medya organlarında vakit geçiriyor olmaktan kendilerini alı koyamazlar ve ona bağımlı hale gelirler. Sosyal medya organlarında canlı yayın yapabiliyor olmakta bu bağımlılıklardan biridir. Bu bağımlılığın "Ölümlü" trafik kazalarını arttırarak devam ettireceği, sadece canlı yayın yapan bireylerin değil, konuyla hiçbir ilgisi olmayan bireylerin de "Ölümlerine" neden olacağı öngörülmektedir.

SONUÇ

Toplum içindeki birey, var olduğu günden buyana çevresiyle iletişim ve etkileşim içinde kalarak sosyalleşme çabası içindedir. Bireylerde bu isteği uyandıran önemli etmenlerden bazıları; beğenilme, takdir görme ve toplumda bir statü edinme çabasıdır. Bu çerçevede sosyalleşme bireyler için her daim önemlidir ve önemin ötesinde vaz geçilmez bir ihtiyaçtır. Bireyler teknolojinin gündelik yaşama etki etmediği dönemlerde bu ihtiyacını aile, arkadaş, iş ortamında, ya da tiyatro veya sinemaya giderek gidermiştir. Yeni medya; dijital kodlama sistemine dayanan, etkileşim hızını ana akım medyaya oranla çok daha fazla arttıran, ana akım medyada tüketici konumunda olan bireylerin, edilgen konumdan etkin konuma geçmesine imkân veren iletişim alanlarıdır. Yeni medya internet ve ağ teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte kısa sürede gelişim göstermiştir. Bu gelişim neticesinde bireyler yeni medyanın sunmuş olduğu özellikler kapsamında daha fazla bilgiye, içeriğe ve etkileşime ulaşabilir olmuştur. Bu gelişmelere paralel gelişim gösteren, yeni medya çatısı altında değerlendirebileceğimiz sosyal medya platformları (Twitter, Instagram, Youtube) bireylerin sosyalleşme ihtiyacını giderebilir hale gelmiştir. Hemen her yaşta birey, yüz yüze olan geleneksel sıcak iletişimi, internet ve ağ teknolojilerinin de bünyelerine eklemlenmesiyle bilgisayar ya da cep telefonu yardımıyla oluşturduğu sosyal medya platformlarındaki iletişime tercih eder hale gelmiştir. Bu şekilde bireyler kendi kimliklerinin sanal bir temsilini oluşturarak diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunup sosyalleşmektedir. Gün geçtikçe bireyler için sosyal medya platformlarına içerik üretmek günlük hayatın parçası haline gelmiş ve zamanla

alışkanlığa dönüşmüştür. Bu alışkanlıklardan biri de sosyal medya organlarında canlı yayın yapma alışkanlığıdır.

Canlı yayın kavramı, önemli bir olay, gösteri veya bir toplantının radyo, televizyon veya internet aracılığıyla izleyicilere, olayın yaşandığı anda sunulmasıdır. Gelişen ağ ve internet teknolojilerinin cep telefonlarına indirilmesi twitter, instagram, youtube gibi sosyal medya mecralarını canlı yayınların da yapılabildiği ortamlar haline dönüştürmüştür. Bu bağlamda bireyler etraflarındaki hemen her olay ve durumu sosyal medya için canlı yayın içeriği olarak görmektedir. Bu yayınlar için ortam, zaman ve mekân fark etmemektedir. Bireyler bir süre sonra sosyal medya mecralarına içerik üretmekten ve sosyal medya ortamlarında vakit geçiriyor olmaktan kendilerini alı koyamazlar ve ona bağımlı hale gelirler. Bağımlı bir kimseye veya nesneye maddi manevi yönden aşırı bağlı olan kişilere denmektedir. Çalışmanın çıkış noktası da sosyal medya bağımlılığının, sosyal medyada canlı yayın yapma alışkanlığını tetikleyerek bireylerde hemen her koşul ve ortamda canlı yayın yapma isteği uyandırmasıdır. Bu koşul ve ortamlardan biri de kullanımı aşırı dikkat gerektiren araç içidir. Bireyler araçlarını kullanırken dikkatlerini bu canlı yayınlara yönlendirerek trafik kazalarına sebebiyet vermektedir. Bu da çoğu zaman “Ölümlü” trafik kazalarıyla sonuçlanmaktadır. Araştırma kapsamında Twitter’da 01.03.2018 - 30.11.2020 tarihleri arasında sosyal medyada canlı yayında ölümlü trafik kazalarıyla ilgili 50 kullanıcı yorumu tesadüfen seçilerek içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve çalışma sosyal medyada canlı yayın yapma alışkanlığı üzerine temellendirilmiştir. Canlı yayın yaparken canından oldu, direksiyon başında canlı yayın, sosyal medyada canlı yayın kaza, sosyal medyada canlı yayındayken kaza yaptı, sosyal medyadan canlı yayın, sosyal medyadan canlı yayın yaptı, canlı yayın kaza, anahtar kelimeleri twitter’in detaylı arama kısmına yazılarak araştırma konusuyla ilgili içeriklere ulaşılmıştır. Bazı tweetler ağır hakaret ve sinkaf içerdiğinden çalışma kapsamı dışında tutulmuştur. Anahtar kelimeler doğrultusunda ulaşılan tweetler çerçevesinde sosyal medya organlarında canlı yayın yapma alışkanlığı sosyal medya bağımlılığıyla ilişkilendirilmiştir. Araştırma sonucunda sosyal medya bağımlılığı ve sosyal medyada canlı yayın yapma alışkanlığı “Ölümlü” trafik kazalarına ve bu bağımlılığın sadece canlı yayın yapan bireylerin değil, konuyla hiçbir ilgisi olmayan (Karşıdan karşıya geçmek isteyen yayalar ya da durakta otobüs bekleyen yolcular gibi) bireylerin de “Ölümlerine” neden olduğu saptanmıştır. Gerekli tedbirlerin alınmaması halinde bu tarz “Ölümlerin” artarak devam edeceği ön görülmektedir.

“Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı” çerçevesinden bakıldığında, bireylerin sosyal medya mecralarını kullanmadaki en önemli moral ve motivasyon kaynağı haz alma, yalnız kalmama ve sosyalleşebilme gibi ihtiyaçları oluşturmaktadır. Bireyler bu ihtiyaçlarının büyük bir kısmını yeni medya araç, gereç ve ortamlarında gidererek psikolojik doyuma ulaşmaktadır. Günümüzün teknolojileri hayatımızı önemli ölçüde kolaylaştırmaktadır. Bu kolaylıklardan olan iletişim, ağ ve bilgisayar teknolojileri; günler, haftalar, hatta aylar süren haberleşme biçimlerini anlık olarak gerçekleştirebilmekte, bireylere uzun süre göremediği akrabaları ya da yakın arkadaşlarıyla görüntülü olarak da görüşebilme imkânı sağlamaktadır. Teknolojinin bu nimetlerinden faydalanırken onu daha kontrollü, bilinçli ve düzenli kullanarak yaşanabilecek olumsuzlukların azaltılması mümkün olabilmektedir. Bireylerin araç kullanımı sırasında tüm dikkatlerini yola ve araca vermesi, güvenli, rahat ve risksiz yolculuğun yapılabilmesine yardımcı olacaktır. Bireylerin genel olarak bağımlılıkları sadece kendisine zarar verirken, sosyal medyada canlı yayın yapma alışkanlığına bağlı kazalar olayın gerçekleştiği ortamdaki hemen herkese zarar verebilir niteliktedir. Toplum içinde her an böyle bir durumla karşılaşma ihtimalini göz önüne alarak bireyleri bu tarz yayınlar yapmamaları konusunda bilgilendirmek, gerekiyorsa da ağır cezai yaptırımlar uygulamak gerekmektedir. Sonuç olarak hiçbir şey hayatın kendisinden önemli değildir. Gerekli önlemleri almak hayatlarımızı bir hiç uğrana kaybetmeyi engelleyebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aziz, A. (2020). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Ve Teknikleri*. Ankara: Nobel 13. Baskı.
- Binark, M. (2018). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları 3. Baskı.
- Çizmecı E. (2014). *Danah Boyd'da Sosyal Ağlar ve Gençlik*, ed. Çakır M. Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar, İstanbul: Doğu Kitabevi, s: 385-412
- Erdem, E. (2010). *Elektronik Medya ve Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Ağlar*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Evcı, M. (2015). *Yayıncılık Ve Medya Sözlüğü*. Ankara : Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
- Fiske, J. (2019). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev. Süleyman İrvan Ankara: Pharmakon, 3.Baskı.
- Gülşah, B. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi Ve Dijitalleşen Kapitalizm. *XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (s. 823-831). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Güngör, N. (2020). *İletişim Kuram ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi 5.Baskı.
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler*. Ankara: Nobel 35. Baskı.
- Kırık, A. M. & Kozan, E (2019). Sosyal Medyada Dijital Yerlilerin Sinema Haberlerini Değerlendirmesi Üzerine Bir Araştırma. *Intermedia International E-journal*, 6(10), 63-82.
- Övür, A. (2019). *Teknoloji Çağında Kaçışçı Fantazy Alanı Olarak Dijital Esirliklik*, ed. Karadağ G. Dijital Hastalıklar. İstanbul: Der Yayınları, s: 55-84.
- Şahin, M.ve Şahin G. (2016). Geleneksel Medyanın Yeni Rakibi: Yeni Medya ve Canlı YAYınlar. *Yeni Medya Dergisi*, 1 (1) 50-63.
- Ünal, A. T. (2020). *Sosyal Medya Etkileri-Bağımlılığ- Ölçülmesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Yaylagül, L. (2017). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları 8.Baskı.
- Yengin. (2014). *Yeni Medya Ve Dokunmatik Toplum*. İstanbul: Der Yayınları 2.Baskı.
- Yengin, D. (2012). *Yeni Medyaya Eleştirel Bakış, Yenimedya Ve...* ed. Yengin D. İstanbul: Anahtar Kitaplar, s:123-152.
- Yengin, D. (2017). *İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri Ve Uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınları
- Yılmaz, N. (2017). Sosyal Medyada Canlı Yayın Anlayışı. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1 (1), s. 127-136.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

URL-1 <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi:12.17.2020)

URL-2 <https://bit.ly/2Wlz9IN> (Erişim Tarihi:12.17.2020)