

Atıf - Reference: Şimşek, Atacan (2018) Üniversite öğrencilerinin Periscope programı kullanımına yönelik nitel bir araştırma. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6): 71-84.

Üniversite öğrencilerinin Periscope programı kullanımına yönelik nitel bir araştırma

Atacan Şimşek*

Öz

Kullanımlar ve Doymalar Kuramı'yla birlikte, izleyicileri pasif ve birer nesne olarak gören izleyici araştırmalarından, izleyicileri aktif ve özne konumunda gören izleyici araştırmalarına geçiş yaşanmıştır. Böylelikle, izleyiciler medya içeriklerini kendi yararına seçip kullanabilen birer aktif ajan olarak görülmeye başlanmıştır. İzleyicilerin bazı amaçlar için yayınları ve araçları seçtiğini varsayan kullanımlar ve doymalar kuramına göre, izleyiciler belli doymaları tatmin etmek için medyayı kullanır. Bu görüşle birlikte, insanların medyayı niçin kullandığını belirlemek için çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Öncelikle, radyo ve televizyon gibi konvansiyonel iletişim araçlarının hangi amaçlarla kullanıldığına dair çalışmalar yapılmıştır. İnternetin yaygınlaşmasıyla, internet ve sosyal medya uygulamaları üzerine kullanımlar ve doymalar yaklaşımı çerçevesinde birçok çalışma yapılmıştır. İnternet teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, yayıncılık internet üzerinden de yapılmaya başlanmış, mobil telefon teknolojisiyle de yayıncılık cebimizdeki telefonlara kadar indirgenmiştir. Bu aşamada birçok mobil canlı yayın uygulaması ortaya çıkmış ve bu uygulamalar sayesinde, internet bağlantısı ve mobil telefonlar yardımıyla yayıncılık yapılabilmektedir. Periscope programı da 2014 yılında ortaya çıkmış, Twitter şirketi bünyesinde yaygınlaşan bir mobil canlı uygulamasıdır. Son zamanlarda özellikle genç nesil arasında kullanımı artmış, kullanıcı sayısı on milyonu aşmıştır. Çalışmanın amacı, kullanımlar ve doymalar yaklaşımı çerçevesinde, üniversite öğrencilerinin Periscope programı kullanımını öğrenmektir. Çalışma kapsamında, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü öğrencilerinden altı öğrenci seçilmiş ve kendileriyle odak grup görüşmesi yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda, öğrencilerin Periscope programında kendilerini hem yayıncı hem de izleyici olarak gördükleri, daha çok eğitim, gezi ve haber programlarını bilgi edinmek, hoşça vakit geçirmek ve eğlenmek gibi amaçlarla izledikleri ama Periscope kullanımının azaldığı, sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Kullanımlar ve doymalar, Periscope, mobil yayıncılık

A qualitative study on the university students' use of the Periscope application

Abstract

With the Uses and Gratification Theory, there has been a transition from the researches of audience who consider the audience passively and as objects, to researches of audience who consider the audience of actively and as the subject. In this way, the audience has been started to consider as active agents who use and select the media content for the benefit of themselves. Audiences use media to satisfy their gratification, according to the Uses and Gratification Theory which assumes that the audience select some of broadcasts and media channels for their purposes. In addition to this opinion, there have been some researches to determine why the people use media. Primarily, there have been studies for the purpose of using conventional communication devices as radio and television. As well as the proliferation of internet, there have revealed a large number of studies pursuant to using the social media and internet practices. As a result of these studies, some outcomes have been specified. Broadcasting has been started to done via internet with the improving internet technology and broadcasting term has been also degraded into our cellphones thanks to the mobile technology. There have revealed many live broadcast practices at this stage, and due

* Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, e-posta: atacan.simsek@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7380-3678

Geliş tarihi - Date of reception: 05.09.2018

Kabul tarihi - Date of acceptance: 07.10.2018

to this practices, broadcasting could be done via internet and mobile phones. Periscope is a mobile live broadcasting that has become popular, incorporated in Twitter and it was founded in 2014. In recent years, use of Periscope has been increased especially among the young people, user count has exceeded 10 million. The aim of this study is assessing use of Periscope of university students within the scope of Uses and Gratification Theory. Within this study six students from Istanbul University Radio, Cinema and Television department have been selected and focus group discussion has been done. As a consequence of this study, it has been determined that the use of Periscope has been reduced, the students consider themselves as broadcaster and also audience and watch Periscope to have a good time, get information through the activities such as education, travel and newscast programs.

Keywords: Uses and Gratification, Periscope, mobile stream technology

Giriş

Tarihsel süreç içerisinde gönderilen mesajın alıcı tarafından ne şekilde karşılandığı problemi izleyici araştırmalarının temel araştırma konusu olmuştur. 20. yüzyılın ilk dönemlerinde yaşanan 1. Dünya Savaşı ve diğer olağanüstü durumlarda, kitle iletişim araçları iktidar tarafından halkı yönlendirmek ve propaganda amaçlı kullanılmıştır. Gönderici tarafından gönderilen mesajlar izleyici tarafından sorgulanmadan kabul edilmiş ve izleyiciler pasif duruma gelmiştir. 1940'ların ortalarından itibaren, dünyada liberal politikaların yaygınlaşması ve toplumdaki insanların kişilik farklılıkları ve seçimleri ile ilgili araştırmaların yapılmaya başlanması sonucu, aktif izleyici tezleri de oluşmaya başlamıştır.

Katz, 1959 yılında yaptığı çalışmalarla, iletişim araçlarının halka ne yaptığından çok, halkın bu araçlarla ne yaptığı hususuna dikkat edilmesi gerektiğini vurgulamıştır (aktaran Alemdar ve Erdoğan, 2013: 161). Klapper'e göre, 50'li ve 60'lı yıllarda yapılan izleyici araştırmaları, medyanın izleyiciyi kullanmadığını, izleyicinin medyayı kullandığı yönünde sonuçlara ulaşmışlardır. Ortaya konan çalışmalar neticesinde iletişim alanında pasif ve nesne olan izleyici yaklaşımından aktif ve özne olan izleyici yaklaşımına doğru bir geçiş yaşanmıştır (aktaran Güngör, 2013: 121). Bu geçiş süreci sonucunda, izleyicileri aktif konuma koyan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşıma göre, izleyiciler, medya tarafından gönderilen içerikleri direk kabul etmez, bu içerikleri yorumlar ve kendisine yararlı olan içeriği seçer. Yaklaşımın temelinde, izleyicilerin medyadan gidermeye çalıştıkları karmaşık bir gereksinimler dizgesine sahip oldukları inancı vardır. Kullanımlar ve doyumlar modeli izleyicinin de en azından gönderici kadar etkin olduğunu varsayar. İleti, göndericinin niyet ettiği şey değil, izleyicinin iletiye verdiği anlam neticesinde oluşur (Fiske, 2003: 194-195).

Medyadan hangi tür doyumları elde edebileceğimize dair birçok araştırma yapılmıştır. Önceki araştırmalar, televizyon izleyicilerinin televizyondan sağladığı doyumlar üzerine olmuştur. Televizyon izleyicilerinin hangi amaçlarla ve doyumlarla televizyon izlediğine dair araştırmalar yapılmıştır. İnternetin yaygınlaşması ve bunun sonucunda internet tabanlı iletişim araçlarının ve sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşması sonucu araştırmalar bu alana kaymış ve insanların interneti ve sosyal medyayı hangi tür doyumlar elde etmek amacıyla kullandığı sorusu araştırılmaya başlanmıştır. Örneğin, Balaban ve Balteratu tarafından 2010 yılında yapılan Romen öğrencilerin sosyal medya kullanım motivasyonlarını ölçme amacı taşıyan çalışma sonucunda, insanların medyadan bilişsel, duygusal, sosyal bütünleştirici, alışkanlığa bağlı ve birleştirici olmak üzere 4 farklı doyum elde ettiğini ortaya koymuştur (2010: 69-70).

Yayıncılık tarihine baktığımızda, radyonun icadıyla birlikte insanlar, radyoda yayınlanan canlı yayımları dinleyebilmiş ve canlı yayın teknolojileri yaygınlaşmaya başlamıştır. Televizyon yayıncılığının başlamasıyla, insanlar televizyonda yayınlanan

canlı yayınları izleyebilmiş ve dinleyicilikten izleyiciliğe geçiş yaşanmıştır. Canlı yayın teknolojisi ilk yıllarda maddi açıdan oldukça külfetli, birçok engel ve düzenleme içeren bir yayıncılık türü olmasından dolayı sadece büyük televizyon kurumları tarafından yapılabilen bir yayıncılık türü olmuştur. İnternet yayın teknolojilerinin gelişmesi sonucunda, internet erişimi olan herkes, sadece şirketlere ödediği internet bağlantı ücretiyle canlı yayın yapma imkanı bulmuştur. İnternet yayınları, daha az engele ve düzenlemeye sahiptir, daha taşınabilir ve basit bir yayıncılıktır.

İnternet yayın teknolojilerinin gelişmesi ve mobil telefonların yaygınlaşması sonucunda, yayıncılık mobil telefonlara indirgenmiş ve bir internet bağlantısına ve mobil telefona sahip olan kişi, canlı yayın yapabilme imkanına kavuşmuştur. Öncelikle, mobil yayın teknolojisi, daha taşınabilir ve basit yayıncılık türüdür. Klasik medya yayıncılığında karşılaşılan güçlükler ve engeller yoktur. Mobil canlı yayın teknolojilerinin gelişmesiyle “Meerkat” ve “Periscope”¹ gibi mobil canlı yayın uygulamaları ortaya çıkmış ve milyonlarca insan tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Ortaya çıkan programlar arasında “Twitter” şirketi bünyesinde olan “Periscope” programı çok kısa süre içerisinde milyonlarca kullanıcıya ulaşmış ve 10 milyon kullanıcı sayısını aşmıştır (Teknoyo, 2017). Periscope programıyla insanlar, sürekli yanlarında taşıdıkları mobil telefonlar sayesinde istedikleri her yer ve zamanda canlı yayın yapma imkânına erişmiştir. Canlı yayın teknolojilerinde ortaya çıkan bu zamansızlık ve mekansızlık durumu insanları daha özgür kılmıştır.

Araştırmada, mobil canlı yayın uygulamaları arasında Twitter şirketi bünyesinde olan ve 10 milyon kullanıcı sayısını aşan Periscope programı seçilmiş ve kullanımlar doyumlar yaklaşımı açısından üniversite öğrencilerinin Periscope programını hangi motivasyonlarla kullandığı sorusu açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmada, üniversite öğrencilerinin mobil canlı yayın teknolojileri ve bu bağlamda Periscope programı hakkında neler düşündükleri, Periscope programını hangi sıklıkla kullandıkları, kendilerini bu programı kullanırken yayıncı mı yoksa izleyici mi olarak gördükleri ve Periscope programında hangi tür yayınları, hangi doyumlarla izledikleri sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır. Çalışmada yöntem olarak, betimsel analiz yöntemi seçilmiş ve araştırma tekniği olarak da öğrencilerin algılarını grup içerisinde daha net ölçebilmek için odak grup görüşmesi yaklaşımı seçilmiştir. Örneklem olarak, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü öğrencileri seçilmiştir. Her sınıf grubundan seçilen 6 öğrenciyle, 26 Aralık 2016 tarihinde, odak grup görüşmesi yapılmış ve çalışmada araştırılan sorulara cevap bulunmaya çalışılmıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Türkiye’de üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanımlarının ölçüldüğü çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Fakat, bu tür çalışmalarda öğrencilerin sadece internet ve sosyal medya kullanımlarına bakılmıştır. Bu çalışmada kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre üniversite öğrencilerinin Periscope uygulaması üzerinden mobil canlı yayın teknolojileri kullanımına bakılmıştır.

Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı

İletişim süreci, en basit haliyle mesajın bir gönderici tarafından alıcıya gönderilmesi olarak ifade edilir. 20. yüzyılın ilk dönemlerinde yapılan iletişim araştırmalarında izleyici pasif olarak görülmüş, gönderici tarafından gönderilen her mesajın alıcı tarafından sorgulanmadan alındığı kabul edilmiştir. 20. yüzyılın başlarında gerçekleşen 1. Dünya

Savaşı sırasında, kitle iletişim araçlarının insanları, devletlerin çıkarları için yönlendirme ve propaganda amacıyla kullanması izleyicileri birer nesne durumuna getirmiştir.

1940'larda yaşanan 2. Dünya Savaşı sürecinden sonra dünyanın ekonomik ve politik değişikliklere uğraması, Amerika gibi liberal devletlerin güçlenmeye başlaması sonucunda daha bireyci ve özgürleştirici düşünceler ortaya çıkmıştır. Bu liberal geçiş süreci, iletişim çalışmalarına da yansımış, izleyiciyi aktif gören çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Araçsal üstünlükten izleyici üstünlüğüne geçiş sürecinin başladığı bu dönemde izleyicinin etkin olabileceği düşüncesi ortaya çıkmıştır. 1940'ta Lazarsfeld tarafından gerçekleştirilen, *Halkın Tercihi* araştırması ile insanların farklı kişilik özelliklerine sahip olmasının toplum tarafından idrak edilmesi, bireyselleşme yolundaki ilk somut adımlardan biri olmuştur (Güngör, 2013: 121). Haberleşme teknolojilerinin gelişmesi, yeni kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması göndericiye atfedilen özne olma durumunu da güçlendirmiştir.

Katz, 1959 yılında yaptığı çalışmalarla, iletişim araçlarının halka ne yaptığından çok, halkın bu araçlarla ne yaptığı hususuna dikkat edilmesi gerektiğini vurgulamıştır (Alemdar ve Erdoğan, 2013: 161). 1960'lı yıllardan itibaren yapılan çalışmalar, izleyicilerin ihtiyaçlarına göre, medyadaki yayınları seçtiklerini ve nesne durumundan özne durumuna geçtiklerini göstermiştir. 1961 yılında Schramm, Lyle ve Parker'in yaptıkları çalışmada, çocukların televizyon yayınlarını kendi bilinçli seçimleri, anne-baba ve arkadaş tavsiyesi üzerine seçtiklerini ortaya koymuştur. Katz ve Foulknes ise 1962 yılında yaptıkları çalışmada, gündelik yaşamın kaygılarıyla ve sorunlarıyla uğraşan insanların medyayı bilinçli olarak bir kaçış yeri olarak gördüklerini ortaya koymuştur (aktaran Güngör, 2013: 121).

Etki kuramlarına göre, medya izleyicilerin ihtiyaçlarını bilir ve bu ihtiyaçlara göre içerik üretir, nesne olarak görülen izleyici, gönderilen içeriği, hiçbir sorgulama yapmadan kabul eder. Kullanımlar ve Doymalar Kuramına göre, gönderici tarafından gönderilen iletiler izleyici tarafından bilinçli bir şekilde seçilir ve ulaşılmak istenen doymalara göre kullanılır (Güngör, 2013: 122). Bu yaklaşımın temel varsayımlarına göre, izleyici etkindir. Medyanın edilgen bir alıcısı değildir. Hangi programın kendisi için yararlı olacağına karar verir ve kullanır (Fiske, 2003: 199).

Kullanımlar ve Doymalar Kuramı'nın temel söylemi, insanların belli doymalara ulaşmak ve gereksinimlerini karşılamak için kitle iletişim araçlarını kullandığıdır. İnsanlar, gereksinimlerini medya üzerinden bazı araçlar vasıtasıyla gidermeye çalışır. Doyma için kullandıkları araçlardan bazıları kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar arasından bilinçli bir şekilde, gereksinimlerine uygun seçimler yaparlar. Seçimlerin sonucunda gereksinimler giderilir ve gerginlikler azaltılır (Alemdar ve Erdoğan, 2013: 161). Medya içeriklerinin kullanılma biçimleri medya yapımcılarından bağımsızdır. Medya yapımcıları hangi içeriğin hangi gereksinim için kullanıldığının farkında değildir ve farklı izleyiciler aynı programı farklı gereksinimlerini gidermek amacıyla kullanabilirler (Fiske, 2003: 200).

Kullanımlar ve doymalar yaklaşımı, izleyicilerin gereksinimlerine göre, kitle iletişim araçlarını ve medya içeriklerini seçtiğini, basit bir şekilde davranmak yerine izleyicilerin aktif birer ajan olduklarını söyler. Aktif ajanlar olarak görülen izleyiciler amaçlarına göre medya içeriği seçme özgürlüğüne ve idrakine sahiptirler (Alemdar ve Erdoğan, 2013: 161-162).

Izleyici gereksinimlerinin temel amaç sayıldığı bu yaklaşımda, bir diğer araştırılan durum, kitle iletişim araçlarının insanların gereksinimlerinin karşılanmasında ne oranda etkili olduğudur. Bu kuram üzerine çalışan iletişim bilimciler, izleyici gereksinimlerinin

psikolojik ve sosyolojik kökenleri üzerine inceleme yaparak, izleyicilerin hangi ihtiyaçları için hangi kitle iletişim araçlarını seçtiklerini saptamaya çalışmışlardır (Güngör, 2013: 122).

İnsanların bazı ihtiyaçlarını medya aracılığıyla giderebildiğini savunan Kullanımlar ve Doymalar Kuramı'na göre izleyicilerin bilinçli şekilde seçtikleri medya içerikleriyle bu doyum sağlanır. Medyanın hangi tür ihtiyaçlarımızı karşıladığına yönelik konu üzerinde araştırma yapan araştırmacılar, çeşitli sınıflandırmalar yapmıştır. Balaban ve Balteratu tarafından 2010 yılında yapılan Romen öğrencilerin sosyal medya kullanım motivasyonlarını ölçme amacı taşıyan çalışmada, medya kullanımı ile doyuma ulaştırılabilecek dört farklı ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Bu ihtiyaçlar, ilk olarak bilişsel ihtiyaçlardır. İnsanlar, bilgi ve bilgi dağarcığını genişletme, uyum, merak ve çevresini kontrol etme ihtiyacı içerisinde olurlar. İkinci olarak, insanlar duygusal ihtiyaçlara sahiptir. Bunlar, rahatlama, dinlenme, empati kurma, özdeşim ve kaçış ve kaliteli zaman geçirme ihtiyaçlarıdır. Diğer bir ihtiyaç, sosyal bütünleştirici ihtiyaçlardır. Medya ile yapılan sosyal etkileşimler, medyada yer alan konular hakkında diğer insanlarla konuşma, medyada yer alan kişilerle özdeşim kurma gibi ihtiyaçlardır. Son olarak, alışkanlığa bağlı ve birleştirici ihtiyaçlar görülür. Bu ihtiyaçlar ise, güvende hissetme, istikrar ve ritüelleştirme ihtiyaçlarıdır (2010: 69-70).

Bir diğer çalışmada McQuail, izleyicilerin medya üzerinden dört temel doyum gerçekleştirdiklerini söyler. Bu doymulardan ilki oyalanmadır. İzleyiciler, gündelik yaşamın sınırlarından, sorunların verdiği sıkıntılardan kaçma ve duygusal boşalma isteklerinden ötürü, medyayı kullanırlar. Bu gündelik sorunlardan kaçış isteği, izleyiciyi medyaya yöneltir. Diğer bir edinilen doyum ise, medya aracılığıyla arkadaşlık etme ve toplumsal fayda edinimidir. Gerçek dünyada toplumsal ilişkilere giremeyen insanlar, bu ihtiyaçlarını medya aracılığıyla karşılarlar. Ev kadınları, evde kimsenin olmadığı gündüz zamanlarında, yalnızlıklarını bastırabilmek için radyo ya da televizyonu açarlar. Bir diğer edinilen doyum ise, kişisel kimlik inşasında edinilen doyumdur. McQuail, izleyicilerin medya programlarını gerçek yaşamlarıyla doğrudan karşılaştırma yapmak için kullandıklarını saptamıştır. Bir programda veya dizide bahsedilen sorunların kendi sorunlarıyla benzer olduğunu düşünen izleyiciler tarafından bir nevi gerçekliğin keşfi illüzyonu gerçekleştirilir. Programlarda yapılan ideal tanımlarıyla da izleyici tarafından değer pekiştirilmesi gerçekleştirilir. Örneğin, televizyonda yapılan bir kadın programında ideal aile yaşamının nasıl olması gerektiğine dair bir fotoğraf sunulabilir. Son elde edilen doyum ise, gözetim işlevidir. Yaşadığımız karmaşık dünya hakkında bilgiye ihtiyaç duyarız ve bu bilgiyi de medyadan sağlarız. Diğer yandan, toplumda kanaat önderleri olarak nitelendirilen kişilerin de toplumsal rollerini sürdürmek için gerekli olan bilgileri medya aracılığıyla edindikleri yapılan diğer çalışmalar sonucunda ortaya çıkmıştır (aktaran Fiske, 2003: 199).

Daha sonraki dönemlerde televizyon üzerinden izleyicilerin elde ettikleri doymuları belirlemek için çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Grenberg, televizyon üzerine yaptığı çalışmada, zaman geçirme, öğrenme, alışkanlık, uyarılma gibi doymular saptamıştır (aktaran Alikılıç vd., 2013: 44). Severin ve Tankard, yaptığı çalışmada, oyalanma, kişisel kimlik ve kişisel ilişkiler, bireysel psikoloji ve gözetim gibi faktörlere ulaşmıştır (aktaran Alikılıç vd., 2013: 43). Bantz, genel olarak televizyon ve televizyonda yayınlanan programlar üzerinde yaptığı çalışmada, gözetim, arkadaşlık etme, örnek oluşturma, gözetleme ve eğlence gibi doymular saptamıştır (aktaran Alikılıç vd., 2013: 44). Perse ise, genel olarak televizyon ve televizyonda yayınlanan pembe diziler üzerine çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmada, eğlence, zaman geçirme, bilgi sağlama, alışkanlık, rahatlama ve

günlük yaşamdan kaçış gibi motivasyon faktörleri belirlenmiştir (aktaran Alikılıç vd., 2013: 44).

İnternet teknolojileri ve internet tabanlı uygulamaların yaygınlaşması, kullanımlar ve doyumlar kuramı açısından araştırmacıları çok farklı araştırmalar yapmak durumunda bırakmıştır. Çünkü internetin yaygınlaşması ve bunun sonucunda çeşitli sosyal medya uygulamalarının ortaya çıkmasıyla medya çok farklı bir yere evrilmiş ve konvansiyonel medyanın yerini sosyal medya uygulamaları almaya başlamıştır. Metin bazdaki Web 1.0 teknolojilerinden daha hipermetinselliği ve multimedya özellikleri taşıyan Web 2.0 internet teknolojilerine geçişle birlikte Facebook, Twitter gibi milyonlarca kullanıcısı olan sosyal medya uygulamaları da hızla yaygınlaşmıştır. Bu gelişmeler sonucunda, izleyicilerin medyayı kullanım pratikleri de değişime uğramıştır. Parker ve Plank, genel interneti incelediği çalışmasında arkadaşlık, toplumsal etkileşim, gözetim ve eğlence, rahatlama, kaçış gibi doyumlardan söz etmiştir (aktaran Alikılıç vd., 2013: 45). Ferguson ve Perse'nin, genel olarak interneti incelediği çalışmalarında Parker ve Plank'ın belirlediği doyum kategorilerine benzer kategoriler ortaya çıkmıştır. Eğlence, zaman geçirme, rahatlama, kaçış, toplumsal enformasyon gibi kategoriler belirlenmiştir (2000: 162-163). Daha sonraki yıllarda Ray'in yaptığı sosyal ağları ele alan çalışmasında, eğlence, gözetim, oyalanma ve sosyalleşme gibi dört farklı doyum kategorisi belirlenmiştir (2007: 19). Urista vd., Facebook ve Myspace gibi popüler sosyal medya uygulamaları üzerine yaptıkları çalışmada, etkili ve kullanışlı iletişim, diğer insanlar hakkında merak, popülerlik, ilişki formasyonu ve güçlendirme gibi doyum kategorileri belirlemiştir (2009: 221).

Genel açıdan bakıldığında, konvansiyonel medya üzerine yapılan çalışmalarla, internet ve sosyal medya üzerine yapılan çalışmalarda benzer doyum kategorileri belirlenmiştir. İnsanların medyayı kullanım amaçları çok fazla değişmemiş yalnız kullanım araçları değişikliğe uğramıştır.

Etkin izleyici savını savunan Kullanımlar ve doyumlar kuramına, bazı açılardan birtakım eleştiriler yapılmıştır. En temel eleştiri, medyadaki içerikler arasından seçim yapmak zorunda kalan izleyicilerin aslında tam anlamıyla etkin olmadıkları yönündedir. Çünkü yapılan seçim hâlihazırda medya tarafından önceden seçilmişler arasından seçme yoluyla olmaktadır ve bu durum medyada çoğulculuk yanılısamasını göstermektedir. Bu durum da aslında izleyicinin medya karşısında tam özgür olarak seçme ve izleme konumunda olmadığını gösterir (Güngör, 2013: 130). Medyayı tam manasıyla nesne, izleyiciyi de özne konumuna koymak yanlıştır. Çünkü Güngör'e göre çalışanları, sermaye yapısı, diğer örgüt ve kurumlarla ilişkisiyle sistemin bir parçasını oluşturan medya salt nesnel bir konumda olmadığı için iletişim araçları yalnızca alıcı ve verici birer aygıttan ibaret görülemez (Güngör, 2013: 130).

Mobil canlı yayın teknolojileri ve Periscope uygulaması

Canlı yayın pratikleri olarak dinleyicilikten izleyiciliğe evrilen dönemde birçok gelişme yaşanmıştır. Radyo'nun icadıyla, radyodaki haberleri ve programları canlı olarak dinleyebilen dinleyiciler, televizyon teknolojisinin yaygınlaşması, televizyon kanallarının ve canlı yayın yapılan programların artmasıyla, görüntüleri televizyon karşısında canlı izleyebilme imkânına kavuşmuştur. Televizyon geleneksel olarak, video ürünlerini izleyicilere kanallar vasıtasıyla ulaştırır. Televizyon kanalları önceden kayıt edilen ve montajlanan videoları, haber, eğlence ve ticari işler için yayınlatabilirler. Sinyal iletimi, düzenleme ve lisanslama ücretleri gibi yüksek ücretleri karşılayabilen televizyon

kanalları canlı yayın yapabilirler, fakat gündelik hayatta canlı yayın yapmak isteyen vatandaşların bu ücretlerden ve engellerden dolayı canlı yayın yapmaları zorlaşır (Picard ve Chon'den aktaran Littau ve Stewart, 2016: 314).

İnternet yayın teknolojilerinin gelişmesi sonucunda, internet erişimi olan herkes, sadece şirketlere ödediği internet bağlantı ücretiyle canlı yayın yapma imkanı bulmuştur. İnternet yayınları, daha az engele ve düzenlemeye sahiptir, daha taşınabilir ve basit bir yayıncılıktır. Youtube gibi servis sağlayıcıları teknik bariyerleri kaldırmayı ve insanların online olarak daha yaygın video paylaşımlarını amaçlamıştır (Burgess ve Green, 2009: 1). İnternet üzerinden canlı yayın yapma imkanı veren stream video teknolojisinin yaygınlaşmasıyla, bir bilgisayara ve internet bağlantısına sahip olan herkes canlı yayın yapma imkanına kavuşmuştur. Ustream, Justin Tv ve Google Plus gibi siteler aracılığıyla internet üzerinden canlı yayın yapma mümkün olmuştur.

21. yüzyılın başlarından itibaren mobil teknolojilerin gelişmesiyle, akıllı cep telefonları olarak adlandırılan kamera donanımlı bilgisayar özellikleri taşıyan kitle iletişim araçlarına ulaşılabilirliğin artmasıyla, mobil yayın teknolojileri de gelişme göstermiştir. İnternet yayıncılığında, internet tabanlı mobil yayın teknolojilerine geçişle birlikte, mobil telefonlardan yayın yapma imkanı sağlayan uygulamalar da artmıştır. Mobil yayın teknolojisi, birçok açıdan klasik medya yayıncılığında ve internet yayıncılığında ayrılır. Öncelikle, mobil yayın teknolojileri, daha taşınabilir ve basit yayıncılık türüdür. Klasik medya yayıncılığında karşılaşılan güçlükler ve engeller yoktur. Mobil canlı yayın teknolojisinde, mobil telefonlarda var olan internet bağlantısı ve kamera vasıtasıyla yayın uygulamaları üzerinden mobil cihaza ve internet bağlantısına sahip olan herkes, yayın yapma imkanına sahiptir. Mobil canlı yayın teknolojileri, televizyon canlı yayıncılığında iki farklı açıdan ayrılır. İlk olarak, mobil telefonlardan yapılabilen iyi ve kaliteli yayın yapma imkanı, herkese her yerde canlı yayın yapma imkanı sağlamıştır. Canlı yayınlarda ortaya çıkan bu zamansızlık ve mekansızlık faktörü, canlı yayınlarda karşılaşılan engelleri büyük ölçüde ortadan kaldırmıştır. İkinci olarak, videoların dağıtımını konusunda önceden var olan merkezi olma durumu, yani görüntülerin dağıtımında olan tekel olma durumu mobil yayın teknolojileriyle kırılmıştır. Haberler gibi olay videolarının dağıtımını, televizyon kanallarının tekil formatından, sosyal ağlara yayılması izleyicilerin dikkatini sosyal ağlara çekmiştir (Littau ve Stewart, 2016: 316)

Teknolojik ilerlemeler ve akıllı telefonların her zaman her yerde olabilme durumundan dolayı, insanlar internet ortamında paylaşılan yazı ve fotoğraflarla kişisel bilgilerinin açığa çıkmasına yıllar içerisinde alışmış ve daha rahat hissetmeye başlamışlardır (Isaac ve Goel, 2015). Yeni video uygulamalarının ortaya çıkmasıyla toplumdaki sanatçılar ve ünlü olarak nitelendirilen insanlar bu uygulamaları kullanarak, çalışmalarını paylaşabilmişlerdir. Örneğin; komedyen Jimmy Fallon, gece yarısı yaptığı talk şovunda yayınlanacak olan monoloğunun provasını izleyicileriyle canlı yayında paylaşmıştır. Silikon vadisinin önemli girişimcileri, akıllı telefonlarının kamerasından canlı yayınla eğitim vermektedir (Isaac ve Goel, 2015).

Mobil canlı yayın teknolojilerinin gelişmesiyle Meerkat ve Periscope gibi mobil canlı yayın uygulamaları ortaya çıkmış ve milyonlarca insan tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Ortaya çıkan programlar arasında Twitter şirketi bünyesinde olan Periscope programı çok kısa süre içerisinde milyonlarca kullanıcıya ulaşmış ve 10 milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır (Teknoyo, 2017). Peri ve scope kelimelerinin birleşiminden oluşan Periscope, kelime anlamı olarak, optik gözlem aracı anlamına gelmektedir. Periscope programının kendi resmi sitesinde yayınlanan hikayemiz bölümünde, programın ortaya çıkış ve kullanım amacı hakkında önemli bilgiler sunulmuştur.

Bir yıldan biraz daha fazla bir süre önce, olan biteni doğrudan başka birinin gözlerinden görme fikrinin çekiciliğine kapıldık. Ukrayna'daki bir protestocunun gördüklerini aynı anda görebilseydiniz ne yapardınız? Ya da Kapadokya'da güneşin doğuşunu balondan izleyebilseydiniz? Delice gelebilir, ama ışınlanmaya en yakın olanı gerçekleştirmek istedik. Her ne kadar etkinlikleri ve yerleri keşfetmenin pek çok yolu olsa da bir yeri tam o anda canlı görüntüler aracılığıyla yaşamaktan daha iyisi olamaz. Bir resim bin kelimeye bedel olabilir, ancak canlı görüntüler sizi alıp başka yerlere götürebilir ve etrafı gezdirebilir (Periscope.tv).

Sitedeki tanıtımda da belirtildiği gibi, Periscope programı sayesinde, insanlar dünyanın her yerinden bir mobil telefon ve internet bağlantısıyla canlı yayın yapabilir, dünyadaki bütün gelişmeler hakkında haberdar olabilmektedir.

Periscope programının kurucu ortağı olan Kayvon Beykpour, yaptığı açıklamada, programın ortaya çıkışına sebep olan olayın ülkemizde 2013 yılında yaşanan Gezi olayları olduğunu söyler. Olayların olduğu süreçte İstanbul'da bulunan Beykpour, insanların olaylar sürecinde, hızlı haberleşmesi ve olayları videoya alıp hızlı bir şekilde sosyal medya aracılığıyla paylaşmasının Periscope programı için kendisine ilham kaynağı olduğunu belirtmiştir (Kantrowitz, 2015).

İnternet üzerinden yapılabilen yayıncılık yeni bir gelişme değildir. Önceki yıllarda Realplayer ve Winamp gibi programlar üzerinden de canlı yayın yapılabilmekteydi. Ama önceki yıllarda, bu teknolojiyi kullanan insanlar, kötü kalite ve sosyal etkileşim eksikliğinden dolayı oldukça sınırlandırılmıştır. Periscope ve Meerkat gibi programlar bu kötü kaliteyi düzelterip, kaliteli bir yayın yapma olanağı sunmuştur. Meerkat ve Periscope uygulamaları mobil canlı yayın teknolojilerinin bir nevi tekrarı olmasına rağmen bu uygulamaların ortaya çıkışı sosyal bir ağ katmanı yarattığı için önemlidir (Allen'den aktaran Littau ve Stewart, 2016: 315).

Periscope uygulaması gerçek zamanlı konuşmaya ve kullanıcıların canlı yayın yaptıkları videoyu kaydetmeye olanak sağlar. Meerkat ve Periscope gibi programlar videoyu telefon kamerandan geniş kitlelere yayma imkanı sunar (Bereznak, 2015).

Periscope programının kurucu ortağı olan Kayvon Beykpour'a göre, program kullanıcılara birçok yenilik sunmuştur. İlk olarak, Periscope programı kullanıcılara yayın içerisinde kısa bir sürede yayıncıyla iletişim kurma imkanı verir. İzleyici, yayın sırasında yazı yazma imkanıyla, yayıncıyla eşzamanlı olarak iletişim kurar. Programın bir diğer kullanıcılara sağladığı fayda ise, kullanıcının Twitter takipçilerini potansiyel takipçisi durumuna getirmesidir. Program, aktif kullanıcılarına da insanları takip etmesini önerir. Böylece sosyal bir katman oluşur. Bunun dışında kullanıcılar yayınladıkları videoyu saklayıp daha sonra tekrar paylaşabilmektedir (Isaac ve Goel, 2015).

Periscope programı, mobil telefonlar üzerinden canlı yayın imkanı sağlayan yeni bir program olmasına rağmen, yeni medyanın özdeşleşmiş klasik yapılarıyla benzerlik gösterir. Dijitallik, etkileşimsellik, multimedya biçimselliği ve kullanıcı türevli içerik üretimi, hipermetinsellik, yayılım ve sanallık yeni medyanın klasik yapısal özellikleridir (Binark ve Löker, 2011: 9-13).

Periscope bu bağlamda dijitaldir. İçerisinde etkileşim vardır. Hareketli görüntü ve yazıyı destekleyen multimedya özelliğine sahiptir. İçeriği kullanıcılar belirler ve içerikler arasında geçişler sağlanabilir. Yaygındır, yayılma özelliği taşır ve diğer sosyal medya platformlarında olduğu gibi sanal bir karakter sergiler (Göker, 2016: 980).

Amaç ve yöntem

Amaç

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde, üniversite öğrencilerinin Periscope programını kullanım motivasyonlarını ve öğrencilerin mobil canlı yayın teknolojileri ve Periscope programı hakkındaki genel yaklaşımlarını ölçen çalışmada dört tane araştırma sorusu belirlenmiştir:

- 1- Üniversite öğrencileri mobil canlı yayın teknolojileri ve bu bağlamda Periscope programı hakkında neler düşünmektedir?
- 2- Periscope programını hangi sıklıkla kullanırlar?
- 3- Kendilerini bu programı kullanırken yayıncı mı yoksa izleyici mi olarak görürler?
- 4- Periscope programında hangi tür yayınları, hangi amaçlarla izlemektedirler?

Yöntem

Çalışmada, araştırma tekniği olarak odak grup görüşmesi tekniği kullanılmıştır. Odak grup görüşmesinde elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Öğrencilerin görüşme sırasında aktardığı düşünceler, araştırma soruları dahilinde yorumlanmış ve neden-sonuç ilişkileri eşliğinde açıklanmaya çalışılmıştır. Bu açıklamaların ışığında bir takım sonuçlara ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar genellenmemiş, yapılan çalışma nitel bir araştırma olduğu için kesin genellemelerden kaçınılmıştır.

Evren ve örneklem

Tablo 1. Araştırmanın katılımcıları

İsim	Bölümü	Sınıfı
Engin	Radyo, Televizyon ve Sinema	1.Sınıf
Hasan	Radyo, Televizyon ve Sinema	1.Sınıf
Ahmet	Radyo, Televizyon ve Sinema	2.Sınıf
Ufuk	Radyo, Televizyon ve Sinema	2.Sınıf
Melis	Radyo, Televizyon ve Sinema	3.Sınıf
Ozan	Radyo, Televizyon ve Sinema	4.Sınıf

Çalışmanın evrenini tüm üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem olarak, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü öğrencileri seçilmiştir. Çalışmada, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü öğrencilerinin seçilmesinde hem zaman, para ve iş gücü açısından yaşanan sınırlılıklar hem de Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü öğrencilerinin belli bir iletişim eğitimi almış olmaları ve belli bir medya okuryazarlığına sahip olması ana etken olmuştur. Bu yüzden seçkisiz olmayan, uygun örneklem yöntemi uygulanmıştır. Bölüm öğrencileri arasından odak grup görüşmesi yapılan öğrenciler ise, seçkisiz olmayan, ölçüt örnekleme yöntemi kullanılarak, Periscope programını izleyici ya da yayıncı olarak kullanan öğrenciler arasından seçilmiştir. Görüşmede, 2 öğrenci radyo,

televizyon ve sinema bölümü 1.sınıftan, 2 öğrenci 2.sınıftan, 1'er öğrenci de 3.ve 4.sınıftan olmak üzere toplam 6 öğrenci seçilmiştir (Tablo 1). Öğrenciler arasından yeteri kadar örneklem bulunamadığından, 26 Aralık 2016 tarihinde tek oturumlu olmak üzere odak grup görüşmesi yapılmıştır. Öğrencilerden görüşmeden önce, elde edilen bulguların çalışmada kullanılacağına ve görüşmenin kamera kaydına alınacağına dair yazılı olarak izinleri alınmıştır. Görüşülen öğrencilerin gerçek ismi çalışmada verilmemiş, öğrenciler verilen takma isimlerle çalışmada yer almıştır.

Bulgular

Giriş bölümünde de belirtildiği gibi çalışmada, üniversite öğrencilerinin mobil canlı yayın teknolojileri ve bu bağlamda Periscope programı hakkında neler düşündükleri, Periscope programını hangi sıklıkla kullandıkları, kendilerini bu programı kullanırken yayıncı mı yoksa izleyici mi olarak gördükleri ve Periscope programında hangi tür yayınları, hangi doyumlarla izledikleri sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan odak grup görüşmesinden, bazı ortak yargılar çıkarılmıştır.

Mobil canlı yayın teknolojileri ve Periscope programına genel bakış:

Yapılan görüşmede, Ahmet, bütün teknolojik araçların kullanıma göre değiştiğini, teknolojik araçların yararlı da olabileceğini ama aynı zamanda zararlı da olabileceğini belirtti. Periscope programını oldukça yararlı bulduğunu söyleyen Ahmet, herhangi bir toplumsal olaya yayın yasağı geldiğinde, Periscope'tan yayınları izleyebildiğini ve genel olarak mobil canlı yayın teknolojileri ve Periscope'u yararlı bulduğunu söyledi. 8 ay kadar Arjantin'de kalan Ahmet, Periscope programı sayesinde oradaki yayınları izleyebildiğini ve bir nevi hasret giderdiğini, Periscope'ta canlı yayın yapan insanlar sayesinde, dil de öğrenilebileceğini ekledi. Hasan, Ahmet'e bu konuda katıldığını, teknolojik araçların yararlı ve zararlı olmasının kullanıma göre değişeceğini söyledi. Üniversite giriş sınavına hazırlanırken, öğretmenlerin Periscope programı üzerinden, canlı yayında soruları çözüp, konuları anlattığını, bu durumun da kendisi için çok faydalı olduğunu belirtti. Daha sonra söz alan Melis, Periscope'un oldukça faydalı bir program olduğunu ve en iyi yanının da yayıncı ve izleyici arasındaki interaktiflik olduğunu, bu sayede yayını izlerken, anında yayın hakkında yorum yapıp, cevap alabilmenin önemli olduğunu belirtti. Ufuk, mobil canlı yayın teknolojileri ve Periscope'un iletişimde yeni bir boyut atlattığını, tikelden çoğula giden bir ağda, hiçbir şeye ihtiyaç olmadan canlı yayın yapılabilirdiğini söyledi. Kurgu yok, herhangi bir alt yapı yok ve her şeyin spontane bir biçimde işlediğini belirten Ufuk, Periscope'un kendisi için ilk elden kaynak olduğunu söylemiştir. Tekrar söz alan Ahmet, Periscope programında, bilgiyi doğal biçimde etkilenmeden alabildiklerini söyledi. Periscope'taki bilgi, ilk başta yorumlanmış bir bilgi değildir. Herkes bu bilgiyi farklı yorumlayabilir. Televizyon gibi kitle iletişim araçlarında tarafsızlık yoktur. Periscope'ta ham bilgi ve ham görüntü vardır, bu sebeple buradaki bilginin daha güvenilir olduğunu belirtmiştir. Ozan, Periscope programının söylendiği gibi yararlı bir program olmadığını ve yapılan yayınların çoğunlukla niteliksiz olduğunu söylemiştir. Mobil telefonların da bu programda canlı yayın yaparken ya da izlerken çok fazla ısındığını ve telefonlara zarar verdiğini belirtmiştir. Periscope programı, toplumda yaşanan özel olayları ilk gözden ve engelsiz bir şekilde izlemede yararlı ama bu olaylar özel olaylar, her zaman olan olaylar değildir diyen Ozan, bu sebeple programın ve mobil canlı yayın teknolojilerinin nadir durumlarda fayda sağladığını söylemiştir. Ozan böyle düşünmesine rağmen, programın faydaları olduğunu da eklemiştir. Periscope'ta takip

ettiğin kişilerin canlı yayın yaptıklarında bizlere bildiri gelmesi, programın olumlu tarafıdır. Takip ettiğim gezgini, bu sayede her zaman takip edebiliyorum. Bunların dışında Ozan da, programın interaktifliğine vurgu yapmış ve Takip ettiği gezginin, programın interaktif özelliğinden dolayı kendisiyle canlı yayında konuştuğunu belirtmiştir. Son öğrenci olan Engin ise, Programın yararı ve zararından çok Periscope ve Twitter gibi programlarda yasal muhatap bulamaması durumunu vurgulamıştır. Genel olarak, mobil canlı yayın teknolojileri ve Periscope'u olumlu bulmasına rağmen, programın olumsuz tarafını anlatırken, Twitter şirketi bünyesinde olan Periscope programının, Türkiye'de yasal muhatabının olmadığını söylemiştir. Periscope programının, edilen hakaretlere ve yayınlardaki çıplaklığa karışmadığını belirtip, bunun sıkıntılı durumlar yarattığını söylemiştir. Ozan da bu konuda Engin'e katılmış ve gerçek hayatta ve kimliği daha açık olan sosyal medya ortamlarında konuşamayan insanların, Periscope'ta kimlikleri daha gizli olduğu için istedikleri gibi konuştuklarını vurgulamıştır. Ozan ve Engin'e göre insanlar Periscope'ta yayın yapan insanları niteliksiz yayınlardan dolayı aşağılama eğilimindedir. Programda bilinçli kullanıcılar artıkça, yayın kalitesinin de artacağını belirtmişlerdir.

Periscope programını ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

Engin, 2015 yılında sıklıkla, Periscope'ta akşamları canlı yayın yaptığını, bu yayınların sayısının haftada 5-6'yı bulduğunu belirtmiştir. 2016 yılında, üniversite sınavı ve okul derslerinden dolayı çok fazla programı kullanmadığını belirtmiştir. Melis, programı 6 ayda bir kullandığını, Ufuk ise senede bir artık ancak yayınlara baktığını söylemiştir. Hasan, 2015 yılında, haftada bir Periscope yayınlarını izlediğini ama 2016 yılında niteliksiz yayınların artmasından sonra, izleme sıklığının ayda bir kereye düştüğünü belirtmiştir. Ozan ise belli bir izleme periyodu olmadığını ve takip ettiği kullanıcılardan ne zaman bildiri gelirse, o zaman programı kullandığını belirtmiştir. Ahmet de Ozan ile benzer şekilde, takip ettiği gazetecilerden ve kullanıcılardan bildiri geldiği zaman programı kullandığını belirtmiştir.

Periscope programını kullanırken kendinizi yayıncı mı yoksa izleyici mi olarak konumlandırıyorsunuz?

Engin, daha önce birçok canlı yayın yaptığını ve birçok yayın izlediğini ve kendisini hem yayıncı hem de izleyici olarak gördüğünü söylemiştir. Ufuk, hiç canlı yayın yapmadığını ama birçok yayın izlediğini ve kendisini izleyici olarak gördüğünü söylemiştir. Melis, 1-2 kere okul etkinlikleri için canlı yayın yaptığını, birçok yayın izlediğini ve kendisini izleyici olarak gördüğünü söylemiştir. Hasan, bilgi edinmek için yayınlar yaptığını ve birçok yayın izlediğini ve kendisini programda hem yayıncı hem de izleyici olarak konumlandığını belirtmiştir. Ahmet, daha önce hiç canlı yayın yapmadığını ve kendisini hem yayıncı hem de izleyici olarak gördüğünü söylemiştir. Hiç yayın yapmamasına rağmen, yararlı olacağını düşündüğü bir konuda yayın yapabileceğini vurgulamıştır. Ozan da hiç canlı canlı yayın yapmadığını ama mevcut olan niteliksiz yayınların önüne geçilmesi için yayın yapılmasının gerekliliğini belirtmiştir. Ozan, bilinçli ve yararlı olduğu sürece canlı yayın da yapabilirim diyerek kendisini hem yayıncı hem de izleyici olarak konumlandırmıştır.

Periscope programında hangi tür yayınları, hangi amaçlarla izliyorsunuz?

Ozan, daha çok Periscope'ta yapılan gezi programlarını, eğlenmek ve bilgi edinmek için izlediğini belirtmiş ve ilgi çekici her şeyi izleyebileceğini eklemiştir. Ufuk, üniversite sınavına hazırlanırken, Abbas Güçlü tarafından yapılan eğitim programlarını bilgi edinmek için izlediğini, bunun dışında eğlenmek ve bilgilenmek için de sinema yönetmenleri hakkında bilgiler veren programları izlediğini belirtmiştir. Hasan da bilgi edinmek için eğitim programlarını izlediğini, bu programların dışında yine bilgi edinmek için siyaset programlarını izlediğini, diğer insanlarla tanışmak için canlı yayınlar yaptığını belirtmiştir. Örneğin, üniversite sınavını kazandıktan sonra kayıt olduğu bölümdeki arkadaşlarıyla tanışmak için, radyo, televizyon ve sinema bölümünü kazananlar diye yayın yaptığını söylemiştir. Melis de en çok çeşitli sanatçıların, sinema yönetmenleri ve oyuncuların yayınlarını takip ettiğini söylemiştir. Çekilen filmlerden sahnelerin, konser öncesi bilgilerin verildiği programları, hoş vakit geçirmek için izlediğini belirtmiştir. Ahmet de daha çok bilgi edinmek için gezi programlarını ve haber programlarını izlediğini belirtmiştir. Engin ise yine diğer öğrencilerle benzer şekilde, eğlenmek ve bilgi edinmek için programları izlediğini söylemiştir.

Sonuç

Görüşülen öğrenciler genel olarak, teknolojik araçların yarar ve zararlarının kullanım amaçlarına göre değiştiğini, mobil yayın teknolojilerini ve Periscope programını genel olarak yararlı bulduklarını ifade etmiştir. Toplumsal olaylara yayın yasağı geldiğinde, Periscope programı üzerinden yayını izlemeye devam ettiklerini belirtmişlerdir. Bu da mobil canlı yayın teknolojilerinin daha az düzenlemeye ve sınıra sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Öğrenciler, Periscope'ta canlı yayın yaparken herhangi bir ekipman, insan gücü ve kurguya ihtiyaç olmadığını mobil canlı yayıncılığın çok pratik bir yayıncılık olduğunu belirtmişlerdir. Bulgulardan elde edilen diğer önemli sonuç, öğrencilerin Periscope'taki bilgiyi ve görüntüyü, ham bilgi ve görüntü olarak kabul edip, herhangi bir manipülasyona uğramayan bir bilgi olarak kabul etmesidir. Bu yüzden, buradaki bilgiyi ilk el kaynak olarak nitelendirip, buradaki bilginin televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarından elde edilen bilgiden daha güvenilir olduğunu belirtmişlerdir. Öğrenciler, Periscope programında yaşanan interaktifliğin de çok önemli olduğunu vurgulamışlardır. Canlı yayın sırasında, yayıncıyla yapılan anlık mesajlaşmanın, öğrenciler için önemli olduğu ve onları yayının bir parçası haline getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılara göre, Periscope programının bir diğer yararlı tarafı, öğrencilerin takip ettiği kişiler, yayın yaptığı anda anlık bildirimlerin öğrencilere gelmesidir. Öğrenciler, klasik medya yayıncılığından farklı olarak, izleyicilerini programları konusunda uyaran bir yayıncılık çeşidini yararlı bulmuşlardır. Mobil yayın teknolojileri ve Periscope'un sadece yararlı değil, birkaç olumsuz tarafının olduğu da öğrenciler tarafından dile getirilmiştir. Öğrencilere göre, bu tip yayıncılığın temel problemi, niteliksiz yayınların yapılmasıdır. Farklı sebeplerin dışında, niteliksiz yayınların artmasının, özellikle 2015 yılına göre izledikleri yayın sayısının bu yıl daha az olmasına sebep olduğunu belirtmişlerdir. Bu yüzden, bu tür ortamlarda yapılan yayıncılığın insanlar tarafından aşağılanma eğilimi taşıdığını belirtmişler ve bilinç arttıkça bu tür niteliksiz yayınların azalacağını söylemişlerdir. Öğrencilerin Periscope hakkında olumsuz bulduğu bir diğer nokta muhatap bulma eksikliğidir. Twitter şirketi bünyesinde olan Periscope programında yapılan hakaretler sonucunda açılan hukuki davalarda, mahkemenin karşısında muhatap bulmada sorun yaşadığı belirtilmiştir.

İnsanlar, gerçek hayatta ve kimlikleri daha belirgin olan sosyal medya ortamlarında söyleyemedikleri şeyleri, Periscope'ta kimlikleri daha gizli olduğu için rahatlıkla söyleyebildikleri vurgulanmıştır. Öğrencilere göre, Periscope programında kimlikler daha gizlidir ve yasal olarak yaptırımını daha azdır.

Genel olarak, öğrenciler kendilerini hem yayıncı hem de izleyici olarak gördüklerini söylemişlerdir. Hiç yayın yapmayan öğrenciler bir ön yargı taşımadıklarını, eğer yararlı olacağını bildikleri bir konu olursa yayın yapabileceklerini söylemişlerdir. Buradan elde edilen sonuca göre, öğrenciler yayın yapmada herhangi bir çekinceye sahip değildir. Öğrenciler, daha çok eğitim, gezi ve haber programlarını izlediklerini, bu türdeki yayınları bilgi edinmek, eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek için izlediklerini belirtmişlerdir. Kullanımlar ve doyumlar kuramı ışığında, çalışmadan elde edilen sonuçlara baktığımızda, öğrencilerin Periscope programını kullanım amaçlarıyla, televizyon gibi konvansiyonel medya araçlarının kullanım amaçları benzerlik gösterir. Daha önce televizyon üzerine yapılan çalışmalarda, televizyonun eğlence, zaman geçirme ve bilgi sağlama gibi amaçlarla kullanıldığı saptanmıştır. Periscope programı, konvansiyonel medya araçlarına göre interaktif olduğundan, program diğer insanlarla tanışmak için de kullanılmıştır.

Notlar

*Twitter şirketi 2017 yılında Periscope programının ismini Türkiye'de Scope olarak değiştirmesine rağmen, çalışma 2016 yılında gerçekleştiği için programın ismi çalışmada Periscope olarak verilmiştir.

Kaynakça

- Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan (2005) *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Alikılıç, Özlem ve Gülay, Göker ve Binbir, Sevtap (2013) Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Facebook Uygulamalarının İncelenmesi: Yaşar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (37): 41-67.
- Baltaretu, Cristina Maria ve Balaban, Delia Cristina (2010) Motivation in Using Social Network Sites by Romanian Students: A Qualitative Approach. *Journal of Media Research*, 3(1): 67-74.
- Bereznak, Alyssa (2015) Periscope vs. Meerkat: It's not even close. Yahoo. <https://www.yahoo.com/tech/periscope-vs-meerkat-its-not-even-close-114678706299>. Erişim tarihi: 03.01.2017.
- Binark, Mutlu ve Löker, Koray (2011) *Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.
- Burgess, Jean ve Green, Joshua (2009) *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Ferguson, Douglas ve Perse, Elizabeth (2000) The World Wide Web as a Functional Alternative to TV. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, (44): 155-174.
- Fiske, John (2003) *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Göker, Göksel (2016) Bir Gözetim Aracı Olarak Periscope. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 7(1): 969-992.

- Güngör, Nazife (2013) *İletişim-Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Isaac, Mike ve Goel, Vindu (2015) As Twitter introduces Periscope, tech titans bet on live streaming video.http://www.nytimes.com/2015/03/27/technology/tech-titans-bet-that-the-world-is-ready-for-the-streaming-selfie.html?_r=0. Erişim tarihi: 03.01.2017.
- Kantrowitz, Alex (2015) Inside Periscope's Deep Bond With Turkey (The Country). https://www.buzzfeed.com/alexkantrowitz/why-periscope-is-going-wild-in-turkey?utm_term=.bjlKOWrr#.koo4oP1BB. Erişim Tarihi: 03.01.2017.
- Ray, Mary Beth (2007) *Needs, Motives And Behaviors In Computer Mediated Communication: An Inductive Exploration of Social Networking Websites*. San Francisco: International Communication Association, TBA.
- Teknoyo (2017) Canlı yayın uygulaması Periscope'u kullananların sayısı 10 milyonu geçti. <http://teknoyo.com/Periscope-10-milyon-kullanici>. Erişim tarihi: 03.01.2017.
- Urista, Mark ve Qingwen, Dong ve Day, Kenneth (2009) Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory. *Human Communication: A Publication of the Pacific and Asian Communication Association*, 2: 215- 229.