

Meydan okuma ve “videobook”

Yrd. Doç. Dr. Metin Ersoy / Havadis Gazetesi

Bu sıralar Facebook’u yakından takip ediyorsanız, video paylaşımlarının arttığını rahatlıkla gözlemleyebilirsiniz

Son yıllarda sosyal iletişim ağı üzerinde yapılan sosyal sorumluluk projelerinde artış görülüyor. Sosyal sorumluluk projeleri bireysel olarak başlatılabildiği gibi kurumsal olarak da katkı koyanlar var. Sosyal medyanın geleneksel medyaya göre en avantajlı olduğu noktalardan birisi de budur. Bireyler de “gündem” oluşturabiliyor ve sosyal sorumluluk projelerini hızlı, ucuz ve kolay biçimde geniş kitlelere saniyeler içinde ulaştırabiliyor. Bu sıralar Facebook’u yakından takip ediyorsanız, video paylaşımlarının arttığını rahatlıkla gözlemleyebilirsiniz.

Sesli ve görüntülü mesaj

Özellikle sosyal sorumluluk projelerine destek vermek için bireylerin çekip paylaştığı video sayısındaki artış beraberinde akıllara şu soruyu getiriyor: Facebook adını “videobook” olarak değiştirse iyi olmaz mı? Bu tabii ki benim biraz mizah biraz da eleştirel bir bakış açısıyla sorduğum bir soru. Söz konusu soru, konumuzu geliştirebilmek adına yola çıktığım ve aklımı kurcalayan bir şeydi. Ortalama olarak her beş paylaşımından üçü video içerikler ile yapılıyor. Facebook’un birkaç ay önce başlattığı sesli ve görüntülü mesaj gönderme uygulaması belli ki işe yarıyor.

Bant yavaşlıyor

Kullanıcılar göndermek istedikleri mesajları fotoğraf ve yazı ile desteklemenin yanında, sesli ve görüntülü olarak da yapabiliyor. Böylece sosyal ağlar üzerinde ciddi bir video paylaşım oranı dikkat çekiyor. Bu kadar videonun paylaşılması beraberinde bazı sıkıntıları da getiriyor. Birincisi; internete sınırlı bir biçimde erişen bireylerin kotası çabucak doluyor. Dolayısıyla kotalarını yenilemek zorunda kalıyorlar. İkincisi de internet bandı gereksiz şekilde yavaşlatılıyor.

“Ice Bucket Challenge”

Bir zamanlar sadece ilginç, komik görüntüler ile müzik, spor görüntüsü ve haber değeri içeren videolar paylaşılırken, son günlerde Amerika Birleşik Devletleri’nde Amyotrofik Lateral Skleroz (ALS) hastalarının durumu hakkında farkındalık yaratmak ve bağış toplamak için başlatılan sosyal kampanya ile paylaşımlar artmış durumda. Birçoğumuz biliyordur ama hatırlatmakta fayda var: ALS hastalığına karşı başlatılan ve “Ice Bucket Challenge” ismi verilen bu kampanyada bireyler önce

bağışta bulunuyor sonra da kafasından aşağıya bir kova buzlu su dökerek üç arkadaşına meydan okuyor. Tabii tüm bu süreç videoya kaydedilip sosyal medya aracılığı ile paylaşılıyor. Meydan okunan üç kişi de 24 saat süre içerisinde aynı süreci devam ettiriyor ve böylece kampanyaya katılan kişi sayısı katlanarak devam ediyor.

Empati kuruluyor

ALS hastaları için başlatılan sosyal sorumluluk projesi eğer sadece bağış yapılmasını içerseydi, bireyler tarafından bu kadar dikkat çekici ve ilginç bulunmayabilirdi. Dolayısıyla bağış yapıldıktan sonra bu işi eğlenceli ve meydan okuma noktasına taşımak iyi bir fikir gibi görünüyor. Ayrıca baştan aşağıya dökülen buzlu su ile ALS hastaları ile empati kurma durumu fırsatı da ortaya çıkıyor. Aslında kampanya şimdiden amacına ulaşmış gibi görünüyor. Sosyal ağlarda yüz binlerce kişi hem ALS hastalığı hakkında fikir sahibi oldu, hem de eğlenerek hastalığa yakalanan kişilerin tedavisinde kullanılabilecek bir hesaba para yardımında bulundu.

“Nasıl olsa meydan okumaya yanıt verdim”

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) de birçok vatandaşın katıldığı söz konusu sosyal sorumluluk projesi tamamen yanlış anlayanlar da var. Bazı vatandaşlar sadece kafasından aşağıya buzlu su döküyor ancak, bağışta bulunmuyor. “Nasıl olsa meydan okumaya yanıt verdim” diyerek başka üç kişiye meydan okuyarak yola devam ediyor. Projenin özünde başka üç kişiyi bu projeye katılmaya teşvik etmek var, ancak bağış her koşulda yapılması gerekiyor. Projeye katılan bazı vatandaşlar da KKTC’de hangi derneğe ve hesaba bağış yapacaklarını belirten videolar paylaştılar. Böylece Sağlık Bakanlığı’ndan projeye sahip çıkması ve projeye yön vermesi mesajı verildi. Ayrıca, Havadis muhabiri Duygu Alan’ın 26 Ağustos 2014 tarihinde Kıbrıs Türk Nörolojik Bilimler Derneği Genel Sekreteri Dr. Sıla Usar İncirli ile yaptığı röportajda bağış yapılabilecek hesaplar ortaya kondu.

Pozitif yönde katkıda bulunmak

Belli oldu ki ilerleyen günlerde sosyal ağlar üzerinden video ve sesli mesaj paylaşımları artarak devam edecek. Bu ister bir sosyal sorumluluk projesi için olsun, ister başka maksatlı. Geldiğimiz noktada sözler ve fotoğraflar bize yetmiyor. Çevremizle olan iletişimimizi artırmak için yeni teknolojileri kullanmaya devam ediyoruz. Burada dikkat etmemiz gereken, bu teknolojiyi kullanırken kendimizi sadece eğlence tarafına kaptırmamızdır. Yukarıda bahsetmiş olduğum sosyal sorumluluk projesinde de olduğu gibi eğlenirken bir şeyler öğrenmek, başkalarının hayatına pozitif yönde katkıda bulunmak bu ağların bir amacı olabilir.

Sosyal medyanın gücü

Bu noktadan hareketle, Facebook başta olmak üzere diğer sosyal iletişim ağlarının dünya genelinde ciddi bir etkiye ve gündem yaratma gücüne sahip olduğunu görüyoruz. Hürriyet gazetesinden Şermin Terzi'nin yazısına göre, buzlu kova projesinde sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde "15,5 milyon dolar yardım parası toplandı. Türkiye'de ise henüz sadece 4 bin lira toplanabildi." Burada rakamları eleştirmek için paylaşmıyorum. Anlatmak ve altını çizmek istediğim nokta, sosyal ağların gerektiğinde nasıl bir güce dönüşebileceği gerçeğini ortaya koymaktır. Zira halen daha sosyal ağları küçümseyen ve dalga konusu yapan kişilerin olduğunu biliyorum.

"Su israfı"

Buzlu su dolu kovayı başından aşağıya boşaltma işlemini "su israfı" olarak gören de var, eğlence olarak algılayan da. Tabii olayı şova dönüştürenler ve fırsattan istifade edenler de bulunuyor. Unutmamalıyız ki bu kampanya başka türlü de yapılabilirdi. Ancak sıcaktan kavrulduğumuz şu günlerde hem serinlemek hem hastalarla empati kurabilmek hem de bağış yaparak vicdanımızı rahatlatmak iyi olsa gerek. Kampanyaya katkı koyanlara yürekten sevgimi yolluyorum. Umarım toplanan paralar amacına hizmet eder.