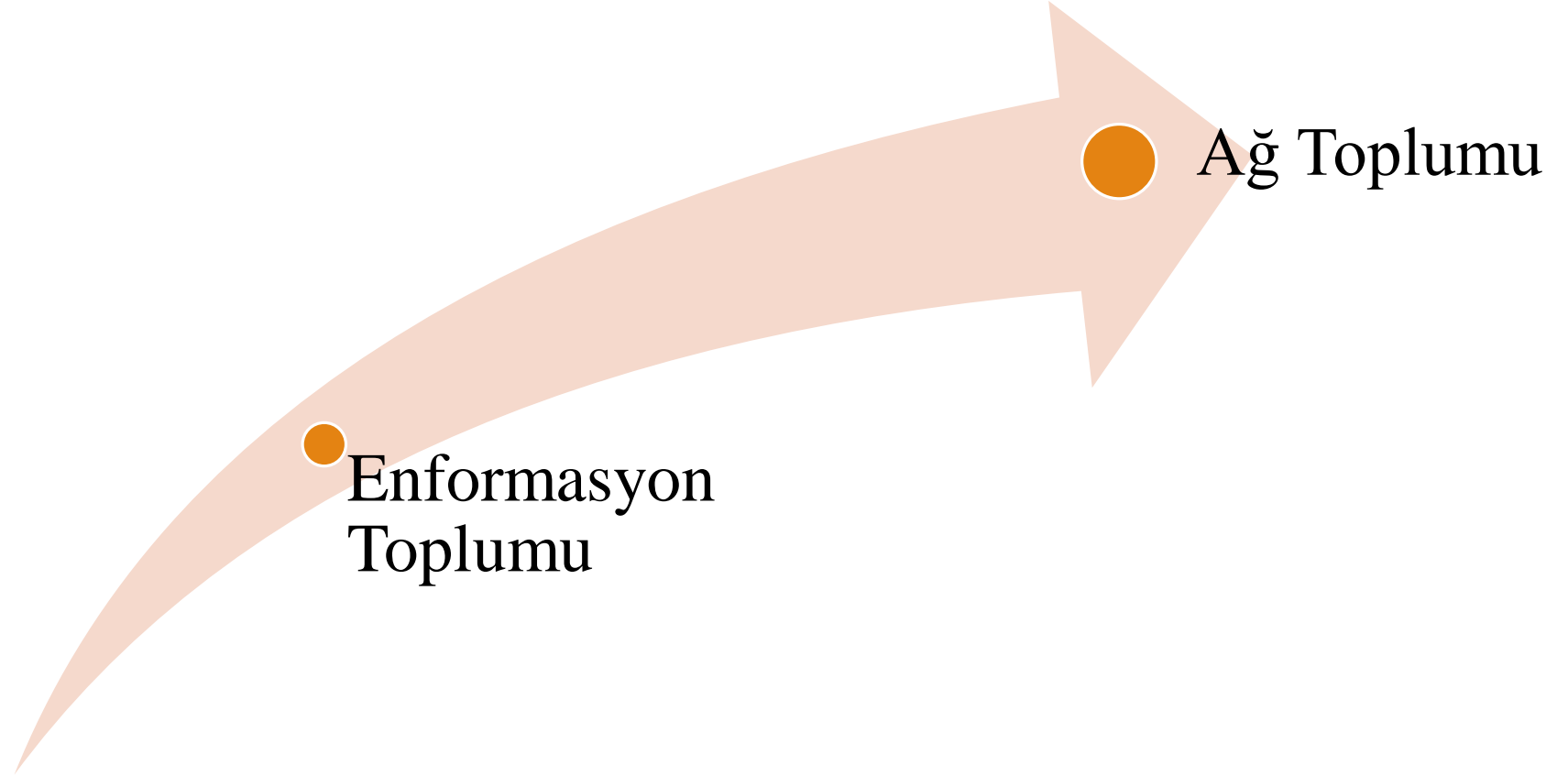


Sosyal Ağlar

Giriş



Ağ Toplumu

Ağlar genişleyebilir bir yapıdadır ve yeni düğümlerle bağlantı kurabilme yeteneği toplumsal açıklık ve esneklik sağlar.

Böylece siyasal, toplumsal, ekonomik, sosyal ve kültürel açılardan meydana gelen değişim ve dönüşümler takip edilebilir.

Bu dönüşümlerin de temelini bilgisayar teknolojileri ve bilgi akışı oluşturmaktadır.

Elektronik iletişim düşünülürse kullanıcılar arasında dijital, görsel, işitsel araçlar sayesinde sürekli bir bilgi akışı ve etkileşim söz konusudur.

Sosyal Ağlar

Elektronik medyanın ileri teknolojiye geçmesiyle ve toplumlar arasında sınırlar kalkmıştır.

Teknolojiyi kullanabilen herkes coğrafi sınırlar ve sınırlamalar olmaksızın dilediği kişiyle iletişim kurabilmektedir.

Bu dönüşüm ise sosyal ağlar sayesinde olmaktadır.

Aslında sosyal medya ve bunun içerisinde sosyal ağlar toplumsal ilişkiler üzerinden toplumsal yapıyı şekillendirmekte ve yeni değerlerin benimsenmesine neden olmaktadır.

Sosyal Ağlar

Bilgisayar ve internet teknolojileri, yeni iletişim teknolojilerinin temel özelliklerini yansıtırlar.

Bu temel özellikler;

- kullanıcı merkezli olma,
- çoğunluğun kendi istediği enformasyona ulaşabilmesi,
- karşılıklı etkileşimin mümkün olması ve
- eş zamansız olabilme

olarak sayılabilir.

Sosyal Ağlar

Web 1.0 olarak nitelenen sitelerde kullanıcıların pasif bir rolü vardır. İçeriğe katkıda bulunmazlar.

Web 2.0, ikinci nesil toplumsal iletişim veya sosyal paylaşım siteleri ise, İnternet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak oluşturdukları bir sistemdir. İnternet'in sosyal etkileşim olanakları kullanıldığı için Web 2.0 araçlarına sosyal medya denmektedir.

Sosyal medya, elektronik ve İnternet araçlarının diğer insanların deneyimlerini, bilgilerini paylaşmak ve tartışmak amacıyla kullanılmasıdır.

Sosyal Ağlar

Sosyal medya araçları;

- sosyal ağlar
- bloglar (ağ günlükleri)
- wikiler (bilgi sayfaları)
- forumlar (tartışma panoları)

olarak sayılabilir.

Facebook, Twitter, Flickr, Youtube gibi siteler Web 2.0 için örnek gösterilen ilk sosyal ağ uygulamalarıdır.

Sosyal Ağlar

Sosyal medyanın özellikleri

Katılım

Açıklık

Karşılıklı konuşma

Topluluk

Bağlantısallık

Sosyal Ağlar

Sosyal ağ, bireyler arasındaki **kişisel** veya **profesyonel** ilişkilerin oluşturduğu bir ağıdır.

Sosyal ağlar bireyleri birbirine bağlanmış durumdadır, dolayısıyla her birey başka bir kişinin sosyal ağında bir düğüm olarak yer almaktadır.

Sosyal ağlarda, gerçek yaşamda belirlenmesi güç olan düğümlerin yani ağları birbirine bağlayan kişilerin belirlenmesi daha kolaydır.

Sosyal ağ haritaları, düğümlerden ve bağlantılardan oluşur. Düğümler harita üzerinde nokta şeklinde gösterilen kişiler veya kurumlardır, düğümlerin arasındaki çizgiler ise ilişkilerdir.

Sosyal Ağlar

Sosyal ağ siteleri, bireylerin kurumsal bilgisayar sistemleri gibi sınırları belli olan bir sistem içerisinde açık veya yarı açık profil yaratmalarını, ortak bağlantıları olan kullanıcıların listelerini ve bu kişilerin bağlantı paylaştığı diğer kullanıcıların listelerini gözden geçirme ve karşılaştırmalarını sağlayan web tabanlı hizmetlerdir

Sosyal ağ sitelerindeki paylaşımlar eş zamanlı veya eş zamansız olabilmektedir.

Bireylerin istedikleri zaman paylaşımda bulunabilmeleri, ağ teknolojisinin sağladığı önemli bir kullanım kolaylığı ve esnekliğidir.

Sosyal ağlar bireylerin sosyalleşme, alışveriş, ticaret, eğitim başta olmak üzere farklı alanlardaki ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

Sosyal Ağlar

Sosyal ağ sitelerinde;

- Açık sunumdaki profillerin kullanıcısı olan arkadaşların profilleri görüntülenebilir.
- Gizlilik ayarlarını etkinleştirerek başkaları tarafından profilin görüntülenmesi engellenebilir ya da istedikleri kişilerce görüntülenmesine izin verilebilir.
- Sosyal ağ sitelerinde serbest üyelik veya davetli üyelik uygulanabilir.

Sosyal ağlardaki ilişkiler için ağların özelliklerine ve amaçlarına göre arkadaş, hayran, takipçi gibi farklı bağlantı çeşitleri bulunmaktadır

Sosyal Ağlar

Sosyal ağ sitelerinin yaygın kullanımı toplumsal dolaşım ve benliğin temsili kavramları çerçevesinde açıklanmaktadır.

Toplumsal dolaşım: insan merakının sosyal dolaşımı nedeniyle bireylerin diğerlerinin yaşamlarını merak etmesi ve paylaşımda bulunmalarıdır.

Benliğin temsili ise: bireyin gündelik yaşamın her alanında benliğini temsil etme çabasını açıklar.

Dolayısıyla sosyal ağlarda bireyler profiller aracılığıyla ün ve statülerini artırmak isterken, ağlar diğer kullanıcıların bağlantıları ile ilişkilerinin durumunu gösterir.

Sosyal Ağlar

Sosyal ağ sitelerinin başlıca kullanım amacı sosyalleşmektir.

Bilgi paylaşma, ilişki kurma ve geliştirme işlevleriyle farklı meslek alanlarındaki profesyonellerin meslektaşlarıyla iletişim kurmalarını ve sürdürmelerini sağlar.

Sosyal ağların kullanımının artması, çalışma ve öğrenme ortamlarının da ağlara taşınmasına neden olmaktadır.

İşverenler/akademisyenler/öğretmenler açısından da sosyal ağ siteleri, öğrencilerine ve meslektaşlarına kısa sürede ulaşmak, topluluk oluşturmak ve bilgi/dosya/kaynak paylaşımı ve içerik üretimi için tercih edilmektedir

Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar, mobil uygulamalar ile uyumludur ve mobil telefonlar aracılığıyla da kullanılabilir bu nedenle esnek ve kullanıcı dostu araçlardır.

Bu sayede sosyal ağ sitelerinin eğitim ortamlarında kullanılmasının, öğrenciler için motivasyon, etkililik ve iletişim yönüyle olumlu sonuçlar doğurduğu görülmektedir.

Sosyal ağların böylece sadece bireyler için değil, kurumlar açısından da önemli olduğu söylenebilir.

Sosyal Ağlar

Sosyal ağların etkin yönetimini sağlamak için üç temel yaklaşım vardır.

- Sosyal ağların analizi/çözümlemesi
- Ağ dokuma
- Ağ sentezi

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

Facebook

2004 yılında Harvard üniversitesindeki öğrencilerin kullanımı için geliştirilmiştir.

2006 yılında dünyanın herhangi bir yerinde e-posta adresi olan herkesin üye olabileceği bir platform haline gelmiştir.

Facebook, Türkiye’de en çok kullanılan sosyal ağ sitesidir.

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

Facebook sosyal ağ sitesinin kullanımına ilişkin temel kavramlar:

- Profil oluşturma
- Bağlantı kurma (Arkadaş ekleme)
- Duvar
- Zaman tüneli
- Haber kaynağı
- Beğen düğmesi
- Takip etme

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

- Hareket Dökümü
- Etiketleme
- Gruplar
- Sayfalar
- Etkinlik Düzenleme

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

Twitter

2006 yılında geliştirilmiş olan, anlık iletişime dayalı bir sosyal ağ ve mikroblog sitesidir.

Güncel bilginin ve haberlerin paylaşılıp takip edilebileceği bu ortamı bireylerin yanısıra kurumlar da kullanmaktadır.

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

Twitter sosyal ağ sitesinin kullanımına ilişkin temel kavramlar:

- Tweet
- Takip etme:
- Trending Topic (TT)
- Retweet (RT)
- Direct Message (DM)
- Mention (@)
- Hashtag (Etiket)
- Favorilere Ekleme:

Örnek Sosyal ağ Siteleri

Google+

Google şirketinin 2011 yılında kullanıma açtığı hizmetlerden biri olan Google+, arkadaşlar, aile ve diğer kişiler ile iletişim kurulması amacıyla yöneliktir. Ortam ve kullanım biçimi olarak Facebook ortamı ile oldukça benzemektedir.

Bu sitede de fotoğraf, iş, eğitim vb. bilgilerin olduğu profil oluşturma söz konusu olup kişiler çevrelere eklenmektedir.

İşletmeler için sayfa oluşturma özelliği, müşteriler ile iletişim kurulması ve ilişkilerin güçlendirilmesi amacıyla kullanılır.

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

Instagram

Instagram, 2010 yılında öncelikle IOS için tasarlanıp geliştirilmiştir.

Mobil cihazlara kurulum yaparak fotoğraf ve videoları filtreleyebilme ve paylaşma olanağı sunan uygulama, farklı dillerde kullanımı da desteklemektedir. Kurulumunun ardından kullanıcı tanımlamaları yapılmalıdır.

Programın içinden kamerayı açıp fotoğraf çekilebilir ya da cihazda mevcut olan fotoğrafları filtreleyerek paylaşımda bulunulabilir. Geniş fotoğraf düzenleme özellikleri sayesinde fotoğraflara çok farklı görünümler kazandırılabilir.

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

Instagram sosyal ağ sitesinin kullanımına ilişkin temel kavramlar

- Bağlantı Kurma
- Etiketleme

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

LinkedIn

2003 yılında kurulmuş olan LinkedIn, dünyanın en büyük profesyonel sosyal iletişim ağı olarak tanınlanmaktadır.

Dünya çapındaki 200 ülke ve bölgede 300 milyon üyeye sahiptir.

Amaç, profesyonellerin birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlayarak daha verimli ve başarılı olmalarıdır. LinkedIn'de ayrıca ilgili kişiler, iş ilanları, haberler ve güncellemelere erişmek mümkündür.

LinkedIn' de kullanıcı tanıdığı kişilerin yanı sıra tanımadığı ancak alanında uzman ve popüler olan kişilerle de etkileşimde bulunabilme şansını yakalamaktadır.

Üyelik ücretli ve ücretsiz olabilmektedir. Ücretli üyelikte birtakım ek özelliklerden yararlanılması söz konusu olup bu tip üyeliği bireysel kullanıcılardan çok şirketlerin tercih ettiği söylenebilir

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

LinkedIn sosyal ağ sitesinin kullanımına ilişkin temel kavramlar

- Profil
- Bağlantı ekleme
- Onaylama sistemi
- Tavsiye etme
- Gruplar
- Kanallar
- İş ilanları

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

YouTube

2005 yılında kullanıma sunulan YouTube, kullanıcılar tarafından orijinal olarak oluşturulmuş videoların keşfedilmesi, izlenmesi ve paylaşılmasına olanak sağlamayan bir platformdur.

Kullanıcılar diğerleriyle bağlantı kurabilir. Ayrıca YouTube, reklam verenler için de bir dağıtım platformu işlevi görmektedir. YouTube 1 milyardan fazla kullanıcıya sahip olup her gün yüz milyonlarca saat izlenmektedir

Örnek Sosyal ağ Siteleri

YouTube

Üye olmadan da video izlenebilen sitede, video yüklemek, yorum yapmak, kişinin kendi kanalını oluşturması gibi işlemler ise üyelik gerektirmektedir.

Üyelik, sözü edilen sosyal ağ sitelerindekiyle benzer şekilde olup, ayrıca kullanıcının Google hesabı olması durumunda hesap açmak gerekmeden kullanıcı YouTube’da doğrudan üye olarak algılanmaktadır.

Örnek Sosyal Ağ Siteleri

YouTube sosyal ağ sitesinin kullanımına ilişkin temel kavramlar

- Video izleme
- Video oluşturma ve yükleme
- İçerik oluşturma Stüdyosu
- Abonelikler
- Oynatma listeleri
- Videoları yeniden yayınlama

Sosyal Ağ Siteleri

Yapılan son araştırma raporlarına göre;

Türkiye’ deki internet kullanıcıları ortalama 2 saat 58 dakika sosyal medya üzerinde vakit geçirmektedir.

Türkiye’de en yaygın kullanılan Instagram’dır. İnternet kullanıcılarının %90,6 sı en çok Instagram kullanmaktadır.

Sosyal Ağlarda Medya Okuryazarlığı

Medya okuryazarlığının temelinde önemli iki unsur bulunmaktadır.

1. içeriğe erişebilmek için teknolojiyi kullanabilme becerisi
2. sunulan içeriği anlamamanın yanı sıra içeriği değerlendirebilme yeteneğidir

Dolayısıyla medya okuryazarlığı; erişim, analiz edebilme, değerlendirme ve içerik üretimini kapsayan becerilerden oluşur.

Örneğin içerik üretirken kullanıcı diğer kullanıcılar tarafından üretilen içerikleri analiz etmeyi öğrenebilir, analiz ve değerlendirme becerilerini geliştirirken ise internetin farklı kullanım alanlarını keşfedebilir.

Sosyal Ağlarda Medya Okuryazarlığı

Sosyal ağlar için düşünüldüğünde medya okuryazarlığı;

içerik yaratma, üretme, yazma ve düzeltme gibi yeterlilikleri gerektirmektedir.

Eleştirel medya okuryazarlığı olarak tanımlanan kavram ise medya metinlerinin eleştirel okunmasıyla ilgilidir.

Sosyal ağları yetkin kullanacak bilgi ve becerilere sahip olmayan kullanıcılar bu ortamlarda risk yaratmaktadır.

Bu riskler arasında paylaşılan bilgi ve içeriklerin yasa dışı, taraflı veya yanlış olması ve nefret söylemi sayılabilir.

Sosyal Ağlarda Medya Okuryazarlığı

Medya okuryazarlığı konusunda, hem çocuklar hem de yetişkinler bilgilendirilmeli ve bilinçlendirilmelidir. Bu farkındalık sayesinde, kullanıcılar sosyal ağlarda yaşanan etik sorunlar konusunda önlem alabilirler.

Sosyal ağların kullanımı söz konusu olduğunda, medya okuryazarlığı kavramına ek olarak medya akıcılığından da söz edilebilir. Medya akıcılığı, tüketilen ve üretilen içeriğe göre iki şekilde değerlendirilebilir.

Dijital akıcılık kavramı, eleştirel düşünme becerilerinin ve yaratıcılığın İnternet teknolojileri yeterlilikleri ile uyum içerisinde kullanılmasıdır.