



Twitter, basit yapısına rağmen son birkaç yılda en çok sözü edilen sosyal ağlardan biri haline geldi.

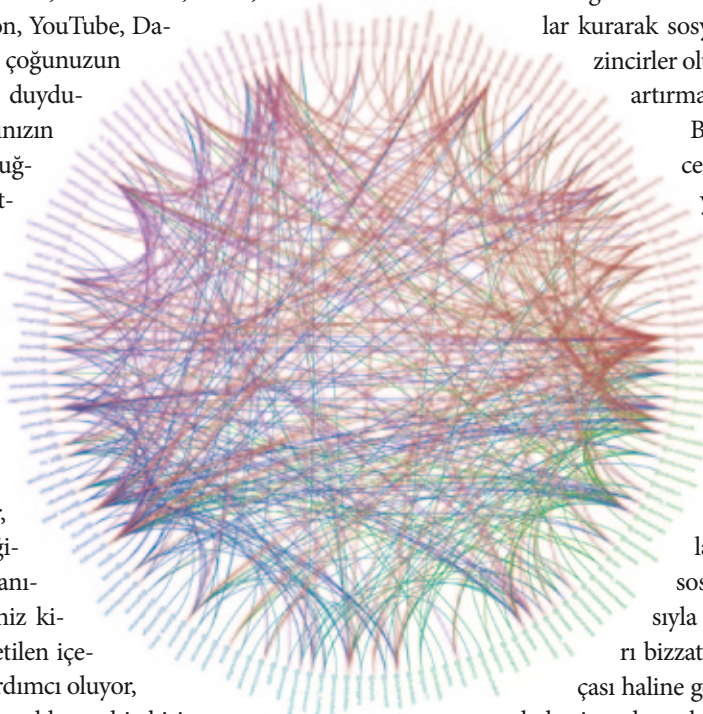
Kullanıcılar Sosyal Ağlarla İnterneti Yeniden Keşfediyor

İlk çıktığı zamandan beri bilgisayarları birbirine bağlamak için kullanılan internet, son yıllarda iyice hareketlenen sosyal ağlar sayesinde benzer bir beceriyi insanları bir araya getirme konusunda gösteriyor.

Facebook, Twitter, LinkedIn, MySpace, FriendFeed, Last.fm, deviantART, Flickr, StumbleUpon, YouTube, DailyMotion... Bunlar çoğunuzun adını bir yerlerden duyduğunuz, hatta bazılarınızın günde birkaç kez uğramadan günü bitirmiş saymadığı siteler. Kimi tanıdıklarınızla aranızdaki iletişimin güncel kalmasını ve kendinizi farklı yöntemlerle ifade edebilmenizi sağlıyor, kimi kendi ürettiğiniz içeriği paylaşmanız veya ilgilendiğiniz kişiler tarafından üretilen içeriğe ulaşmanıza yardımcı oluyor, kimi sizinle benzer zevklere sahip kişilerin beğenileri üzerinden yepyeni şeyler keşfetmenize aracılık ediyor. Amaçları ve yaklaşımları farklı

olsa da, aslında hepsinin ortak bir hedefi var: Üyeleri arasında görülebilir ve keşfedilebilir bağlar kurarak sosyal etkileşime dayalı zincirler oluşturmak ve katılımı artırmak.

Bugün bırakın sadece sosyal ağlara dayalı yapıları, sıradan web siteleri bile sosyal paylaşımaya yönelik çabalarıyla kullanıcı etkileşimini artırmak üzerine çalışıyor. Özellikle son 5 yılda bireysel profillerin paylaşımını esas alan sosyal ağların patlamasıyla birlikte, kullanıcılar bizzat etkileşimin bir parçası haline getirmeye yönelik çabalar inanılmaz bir yükselme eğilimine girdi. Oysa bunun öncesine bakıldığında durum oldukça farklı görünüyordu. İnternet, içeriğin da-



Kişilere ait karmaşık iletişim ağları sosyal ağlarda kolayca görünür hale geliyor.

ha çok büyük şirketler ve organizasyonlar tarafından üretildiği, bilginin genellikle tek taraflı olarak sunulduğu, ziyaretçilerin birbiriyle etkileşime geçmek yerine siteden siteye savrulduğu bir yapıyı andırıyordu. Etkileşim kavramıysa bireye odaklanmak yerine daha çok gruplar arası etkileşime odaklanmıştı. Benzer ilgi alanlarına sahip kişilerin sohbet odalarında buluşması, forumlardaki mesajlaşmalar, kişisel listelere gönderilen anlık iletiler hep belli bir grup çerçevesinin içinde kalıyordu.

Oysa günümüzün sosyal ağ algısı, bireysel etkileşim söz konusu olduğunda bunların çok daha ötesine geçmiş durumda. En basit anlatımla, internet nasıl bir zamanlar bilgisayarları birbirine bağladıysa, sosyal ağlar da benzer bir şekilde günümüzde insanları birbirine bağlayan en güçlü yapı haline gelmiş durumda.

Bireylerin ortak aklı sosyal ağları şekillendiriyor

Sosyal ağ, internet üzerinde bireylerin profilleriyle var olmalarını ve farklı profillerle iletişim kurmalarını sağlayan servislere verilen bir isim. Bireyler arası koordinasyonu sağlayan sistem genellikle bir web sitesi üzerinden yönetiliyor. Siteye girdiğinizde öncelikle kendinize site üzerinde bir kullanıcı hesabı açıyor ve bu hesapla ilişkilendirilen profilinize isim, yaş, ilgi alanları gibi kendinizi tanıttıcı bilgiler ekliyorsunuz. Bunun ardından genellikle bizzat tanıdığımız insanlar başta olmak üzere arkadaş listeniz büyümeye başlıyor. Bu süreçte sizi arkadaş olarak ekleyenlerin sosyal ağlarına dahil oluyor ve siz de onları kendi sosyal ağınıza dahil ediyorsunuz. Böylece bir zincir reaksiyon başlıyor ve daha önce belki varlığından bile haberdar olmadığınız fırsatlar görünür hale geliyor. Örneğin yıllardır uzaktan tanıdığınız biriyle aynı özel ilgi alanına sahip olduğunuzu keşfetmek, aklınıza bile gelmeyecek birinin iş yerindeki arkadaşınızla tanışık çıkması, çoktan izini kaybettiğini düşündüğünüz birileriyle yıllar sonra karşılaşmak gibi...

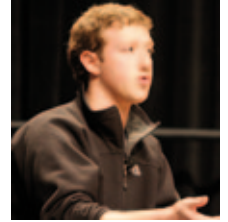
Peki bu sosyal ağ denen şey, ne oldu da bir anda bu kadar popüler bir kavram haline geldi? Bunun birkaç sebebi var. Öncelikle sosyal ağlar her bireyin hayatında var olan, fakat belli bir noktanın ötesinde başkaları tarafından görülemeyen sosyal ilişki ağını net bir şekilde ortaya koyma fırsatı veriyor. Bunun devamı olarak internet üzerindeki sosyal ağların ortaya koyduğu zengin etkileşim araçları ise, bireylere kendi çabalarıyla ulaşabileceklerinden çok daha geniş bir topluluğa ulaşabilme ve kendilerini çok farklı yöntemlerle ifade etme şansı tanıyor.



Bireyler arasındaki ilişkilerin şeffaf ve ifade biçimlerinin zengin olduğu böyle bir ortamda, olasılıklar da doğal olarak gerçek dünyada erişebileceğinizin ötesine uzanıyor. Kişisel görünürlüğünüzü artırmak, bağlantı ağınıza istediğiniz yönde güçlendirmek, normalde görünür olmayan size özgü nitelikleri görünür kılmak, iletişimde olduğunuz kişiler hakkında gündelik duruşlarının ötesinde bilgi edinmek, video ve benzeri zengin iletişim araçlarını da işin içine katabileceğiniz yöntemlerle bilgi ve görüş alışverişi yaparak düşüncelerinizi paylaşmak, bazı fırsatlardan öncelikli olarak haberdar olmak bunlardan bazıları.

Bu olasılıkların zenginleşmesi sadece artan ilişki ağıyla değil, dahil olduğunuz sosyal ağın size sunduklarıyla da ilgili. Bu alanda Facebook gibi genel amaçlı sosyal ağların ötesinde özel alanlara odaklanan çok sayıda başarılı örnek var. Örneğin Last.fm (www.lastfm.com.tr), seçtiğiniz parçalardan müzik zevkinizi algılayarak sizinle benzer müzik zevki olan kişilerle bir araya gelmenizi ve onların listelerini incelemenizi sağlıyor. Böylece hoşunuza gidebilecek yeni müzikler keşfetmenize yardımcı oluyor. Tamamen iş konusuna odaklanan bir sosyal ağ olan LinkedIn (linkedin.com), kendinize bir özgeçmiş oluşturarak deneyiminizi paylaşabileceğiniz profesyonellerle bir araya gelmenizi kolaylaştırıyor. MySpace (myspace.com), genel amaçlı olmakla birlikte özellikle müzisyenlere hitap eden araçlarıyla şöhret kapısını aralamak isteyen sanatçı ve grupların eserleri için güzel bir sergileme ve paylaşım platformu sunuyor. Lafi fazlaca uzatmadan, hayatınıza ve çevrenize dair küçük kırıntıları alelacele paylaşmak ve diğer kırıntıların peşine düşmek için Twitter (twitter.com) veya FriendFeed ideal (friendfeed.com) ortamlar. Çizim, fotoğraf ve el sanatları gibi görsel eserleri paylaşmak içinse Flickr (flickr.com) veya deviantART (deviantart.com) gibi sosyal içerik paylaşım ağları emrinize amade.

Mark Zuckerberg'in 2004'te hobi niyetine başlattığı Facebook'a bugün neredeyse paha biçilemiyor.



Kişisel bilgilerin güvenliği ne olacak?

Sosyal ağlara dahil olan kullanıcılar, bağlantıların sağlıklı bir şekilde kurulabilmesi ve genişlemesi için çok yüksek oranda bu yapılaraya gerçek isimlerini ve geçerli erişim bilgilerini vererek katılıyorlar. Aslında öyle de olması lazım, çünkü sosyal ağlarda bağlantı kurmak sadece aramakla değil bulunmakla da ilişkili. İşin ilginç tarafı, yoldan geçerken adın ne diye sorsanız söylemekten çekinecek kişiler sosyal ağlara kayıt olurken bazen cep telefonlarına kadar kendilerinden istenen her bilgiyi sunmaktan çekinmiyorlar. Buna bir de özel ilgi alanlarını ve sosyal ağ üzerinden kurduğunuz ilişkilerin sizin hakkınızda yansıtaacağı kişisel eğilimleri eklediğinizde, bu yapılar bir süre sonra sizin neredeyse ruhunuzu okuyacak hale gelebiliyor. Üstelik sosyal ağlarda pazarlama veya benzeri amaçlarla kişisel bilgilerinizin peşine düşen veya kimlik hırsızlığı için hakkınızda daha fazla bilgi toplamaya çalışanların sayısı da azımsanmayacak ölçüde fazla.



Apple Tree

Bu durum, sosyal ağlarda gerçek bir mahremiyetten bahsedilebilir mi konusunu sıkça gündeme getiriyor. Aslında bu konudaki görüşler iki kutba ayrılıyor: Birinci grup internette kişisel bilgilerin güvenliğini sağlamak için, erişimi zorlaştırma pahasına da olsa her türlü önlemin alınması gerektiği görüşünde. Diğer grup ise yaşadığımız sayısal çağda zaten gittiğimiz hemen her yerde, doldurduğumuz her formda, yaptığımız her ödemede sürekli bizimle ilgili bilgilerin alınıp bir yerlere iletildiğini, bunları korumaya çalışmanın gereksiz bir çaba olacağını düşünüyor.

Aslında ikinci görüşün de haklı olduğu yönler var. Fakat dolandırıcıların kullandığı sosyal mühendislik yaklaşımlarının sosyal ağlar üzerinde de etkili olduğunu göz önüne alınınca, ilk yaklaşıma biraz daha yakın durmakta fayda var gibi görünüyor. En azından sosyal ağlarda paylaştığımız bilginin niteliği üzerinde otokontrol uygulamak önemli. Yazdığı-



deviantART, internette çizim, fotoğraf, illüstrasyon gibi her türden görsel sanatların paylaşıldığı en büyük sosyal ağlardan biri.

Sosyal ağlarda bunlar da oluyor...

26 Kasım 2008'de Bombay'daki saldırıları ilk duyuranlar bölgede yaşayan Twitter kullanıcıları oldu. Dünya gelişmeleri adım adım sosyal medyadan izlerken, Vinukumar Ranganathan adlı gazetecinin olay yerinden çekip Flickr'a yüklediği fotoğraflar başta CNN olmak üzere dünyanın önde gelen haber ağları tarafından kullanıldı.

Vaktinde Facebook'a üye olup günde 10 bin civarında arkadaş isteği karşısında apar topar hesabını kapatan Bill Gates, Twitter'da hesap açtıktan 8 saat sonra 100 bin takipçiye ulaştı. Şu anki takipçi sayısı 350 bine yakın, siz bu dergiyi okurken 500 bini geçmesi mümkün.

Daha önce adı sanı duyulmamış bir yönetmen olan Federico Alvarez, özel efektler dahil toplam 300 dolara mal ettiği bir kısa filmi YouTube'a yükledi. Şehre saldıran dev robotların istilasını konu alan "Panic Attack" adlı filmin gördüğü ilgi üzerine Örümcek Adam serisinin de yapımcısı olan Sam Raimi'nin Ghost House Pictures yapım şirketi, Alvarez'le 30 milyon dolarlık kontrat imzaladı.

Sosyal ağlarla ilgili her şey sadece başarı hikâyelerinden ibaret değil. Sosyal ağlarda işleri, müşterileri, patronları veya çalışma arkadaşları hakkında yazdıkları şeyler yüzünden kapı önüne koyulanların sayısı da bir hayli fazla. Proofpoint'in Ağustos 2009'da yaptığı bir araştırmaya göre Amerika'da 1000'den fazla çalışanı olan şirketler arasında sosyal ağlardaki uygunsuz davranışlar yüzünden çalışanlarını işten çıkarılanların oranı yüzde 8'e yükseldi.

Bir de sosyal ağların yarattığı fırsatları tersine çevirmesine güzel bir örnek: Kaliforniya Üniversitesi'nde yüksek lisans yapan 22 yaşındaki Connor Riley, Cisco'dan bir iş teklifi alır. Bunun üzerine Twitter'dan "Cisco'dan teklif aldım. Şimdi alacağım ücretin nefret edeceğim bir işi yapmaya değip değmeyeceğine karar vermem lazım" anlamında bir mesaj atar. Cisco çalışanı Tim Levad cevabı yapıştırır: "Seni işe alacak yönetici kim? İşe alacağı kişinin yapacağı işten nefret edeceğini bilmesi iyi olur." Sosyal ağlar üzerinden bir gecede yankılanan ve internet efsanesine dönüşen bu olay "Cisco Fatty" ismiyle de hafızalara kazındı.

Sosyal ağlara dair ilginç rakamlar...

70'lerin ortasından sonra doğan ve genel olarak Y nesli olarak adlandırılan neslin yüzde 96'sı bir sosyal ağın üyesi.

Amerika'da evlenen her 8 çiftten biri sosyal ağlar üzerinden tanışıyor.

Facebook'a 9 ayda katılan yeni üye sayısı 100 milyon. 50 milyon kullanıcıya ulaşmak için televizyon 13 yıl, internet 4 yıl beklemişti.

2007'nin sonlarında Microsoft Facebook'un yüzde 1,6 hissesini 240 milyon dolara satın aldı. Bu, Şubat 2004'te hobi olarak başlayan Facebook'un piyasa değerinin 4 yılda 15 milyar dolara çıktığı anlamına geliyor.

300 milyondan fazla üyesi olan Facebook bir ülke olsaydı, dünyanın en kalabalık 4. ülkesi olurdu.

Amerika'da eleman bulmak için öncelikli olarak LinkedIn'e başvuran şirketlerin oranı yüzde 80.

Yeni nesil, mevcut sosyal iletişim olanakları karşısında e-posta'yı tamamen bırakma eğiliminde. Boston Koleji 2009'dan itibaren yeni başlayan öğrencilerine e-posta hesabı açmayı bıraktı.

Facebook'u kendi dillerinde kullanmak isteyen İspanyollar, Facebook'un bu işi ele almasını bekleyemeyip siteyi İngilizce'den İspanyolca'ya 4 haftada çevirdi. İşin Facebook'a maliyeti sıfır.

ComScore Ağustos 2008 verilerine göre YouTube, Yahoo'yu bile sollararak Google'dan sonra dünyanın en büyük arama motoru haline dönüştü.

Google'ın sadece MySpace arama sağlayıcısı olmak için ödediği para 900 milyon dolar.

Twitter kullanıcıları Ashton Kutcher'ı ve Ellen Degeneres'i takip edenlerin toplamı İrlanda, Norveç ve Panama nüfusundan fazla.



MySpace, genel amaçlı bir sosyal ağ olarak özellikle müzisyenlerden büyük rağbet görüyor.

nız mesaj veya yolladığınız fotoğraf sosyal çevrenizin size bakışı üzerinde nasıl bir etki oluşturur? Biri-leri bunları sonradan size karşı kullanabilir mi? İnternet hesaplarınızdaki unutulmuş şifre kısmına girdiğiniz soruların cevapları, finansal hesaplarınıza ulaşmayı kolaylaştıracak ipuçları, açık adres ve telefon numaralarınız profilinizde yer alıyor mu? Tatilde olduğunuzu belli ederek potansiyel hırsızlara davetiye çıkarıyor musunuz? Profilinizde yer alan herhangi bir içerik gelecekte potansiyel bir iş ilişkisini veya fırsatı zora sokabilir mi? Tüm bunlar sosyal ağlarda yer alırken değerlendirilmesi gereken konular.

Sonuç

İnternet kullanıcıları, uzunca bir kuluçka döneminin ardından kendi ağını oluşturan, kendi içeriğini üreten, paylaşan ve yorumlayan bir yapıya doğru evrildiler. Yeni nesil kullanıcılar artık kendilerine sunulanla yetinmeyip seçimlerinde özgür olmak, yaşadıkları deneyimi beğenilerine göre şekillendirmek, fikrini belli ederek dönüşüme katkıda bulunmak ve kendilerine benzeyen kişilerle tüm bu deneyimleri paylaşmak istiyor. Sosyal ağlar, internet kullanıcılarına çok daha geniş dünyanın bir parçası olma ve bu dünyayı birey olarak şekillendirme şansı verdiği için böylesine başarılı yapılar haline dönüştü. Peki bundan bir sonraki kuşak interneti nasıl dönüştürecek? Rivayetler muhtelif, o da başka bir yazının konusu olsun...

Kaynaklar

<http://socialnomics.net>
<http://www.webdesignerdepot.com/2009/10/the-history-and-evolution-of-social-media/>
<http://weigend.com/teaching/haas/>
<http://www.slideshare.net/christianp/27-facts-and-20-examples-about-social-media>



Profesyonel bilişim yazarlığı kariyerine 2000 yılında *PC Magazine* Türkiye dergisinde editör olarak başlayan Levent Daşkiran, aralarında *Chip*, *Windows.Net Magazine*, *Hürriyet* ve *Sabah* gibi yayınların da yer aldığı onlarca basılı ve çevrimiçi yayına makale, derleme ve çevirileriyle katkıda bulundu. 2001'den beri *Bilim ve Teknik* ve *Bilim Çocuk* dergilerine yazılarıyla her ay düzenli olarak katkıda bulunan Daşkiran, haftalık *BThaber Gazetesi*'nde Haber Sorumlusu olarak görev yapıyor.