

BÖLÜM X

SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI

# 1. Giriş

- ▶ Sosyal medya kavramının tanımı
- ▶ Sosyal medyanın günlük yaşantımızdaki rolü
- ▶ Sosyal medyanın tarihçesi

# Facebook

- ▶ Kuruluşu ve temel özellikleri
- ▶ Kullanıcı istatistikleri
- ▶ Gelişmiş özellikleri ve reklam seçenekleri

# Facebook

Kuruluşu ve Temel Özellikleri: Facebook, Mark Zuckerberg, Andrew McCollum, Eduardo Saverin, Chris Hughes ve Dustin Moskovitz tarafından 2004 yılında Harvard Üniversitesi'nde kuruldu. Başlangıçta sadece Harvard öğrencilerine yönelik olan platform, hızla diğer üniversiteler ve ardından genel halka açıldı. Facebook'un temel özellikleri şunları içerir:

# Facebook

- ▶ Gruplar ve Sayfalar: Kullanıcılar, belirli konulara odaklanan gruplara katılabilir veya kendi sayfalarını oluşturabilirler.
- ▶ Haber Kaynağı: Kullanıcılar, arkadaşlarının güncellemelerini, paylaşımlarını ve sayfaların içeriklerini içeren kişiselleştirilmiş bir haber akışını görebilirler.
- ▶ Profil Sayfası: Kullanıcılar kişisel profillerini oluşturabilir, bilgi paylaşabilir, fotoğraflar yükleyebilir ve arkadaşlarını ekleyebilir.

# Facebook

## Kullanıcı İstatistikleri:

- ▶ Facebook, 2022 itibariyle dünya genelinde 2.8 milyar aylık aktif kullanıcıya sahiptir.
- ▶ Kullanıcıların çoğunluğu 18-34 yaş aralığındadır, ancak platformun geniş bir demografik yelpazede kullanıcıları vardır.

# Facebook

## Gelişmiş Özellikleri ve Reklam Seçenekleri:

- ▶ Facebook Messenger: Facebook'un bağlantılı mesajlaşma uygulaması, kullanıcılara metin, sesli ve görüntülü iletişim imkanı sunar.
- ▶ Facebook Live: Kullanıcılar canlı yayınlar yapabilir ve takipçileriyle anında etkileşimde bulunabilirler.
- ▶ Facebook Marketplace: Kullanıcılar, yerel olarak ürün satın alabilir veya satabilirler.

# Facebook

## Reklam Seçenekleri:

- ▶ Hedefleme Seçenekleri: Reklamverenler, demografik verilere, ilgi alanlarına ve davranışsal faktörlere dayanarak hedefleme yapabilirler.
- ▶ Reklam Formatları: Facebook, görsel, video, karusel, anket ve daha birçok reklam formatı sunar.
- ▶ Analitik Araçlar: Reklamverenler, reklam kampanyalarının performansını ölçmek için kapsamlı analitik araçlara erişebilirler.



# Instagram

- ▶ Fotoğraf ve video paylaşımı
- ▶ Hikayeler ve IGTV
- ▶ Etkileşim ve algoritma

# Instagram

- ▶ 1. Fotoğraf ve Video Paylaşımı:
  - ▶ Temel Özellikler: Instagram, kullanıcıların fotoğraf ve videolarını paylaşımlarına izin veren bir görsel paylaşım platformudur. Kullanıcılar, mobil cihazlarındaki fotoğraf ve videoları paylaşabilir, filtreler ekleyebilir ve paylaşımlarını başka sosyal medya platformlarıyla da paylaşabilirler.

# Instagram

- ▶ Paylaşım Seçenekleri: Kullanıcılar, paylaşımlarına başlık, açıklama ve konum ekleyebilirler. Ayrıca, paylaşımlarını belirli kişilere özel olarak gönderebilir veya halka açık bir şekilde paylaşabilirler.
- ▶ Keşfet Sayfası: Instagram, kullanıcılara ilgi alanlarına göre öneriler sunan bir "Keşfet" özelliğine sahiptir. Bu sayede kullanıcılar, yeni içerik ve hesaplar keşfedebilirler.

# Instagram

## ► 3. Etkileşim ve Algoritma:

- Beğeni ve Yorumlar: Kullanıcılar, paylaşımları üzerinden beğeni ve yorum alabilirler. Etkileşim, kullanıcıların içeriği ne kadar etkilediğini ve topluluklarıyla ne kadar bağlantı kurduğunu gösteren önemli bir metriktir.

# Instagram

- ▶ **Algoritma:** Instagram'ın algoritması, kullanıcının geçmiş etkileşimleri, ilgi alanları ve takip ettikleri hesaplar temel alınarak belirli bir kullanıcının görme olasılığı daha yüksek olan içerikleri belirler. Algoritma, kullanıcılara daha kişiselleştirilmiş bir deneyim sunmaya odaklanır.
- ▶ **Keşfet Sayfası Algoritması:** Instagram'ın Keşfet sayfası, kullanıcıların beğenilerine ve takip ettikleri hesaplara dayanarak ilgi çekici içerikleri önerir. Bu, kullanıcıların platformda daha fazla içerik keşfetmelerine ve yeni hesapları bulmalarına yardımcı olur.

# Twitter

- ▶ Tweet'ler, retweet'ler ve favoriler
- ▶ Hashtag kullanımı
- ▶ Trending konular

# Twitter

## 1. Twitter Tarihçesi:

- Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey, Biz Stone ve Evan Williams tarafından San Francisco'da kuruldu. Platform, kısa mesajlar veya "tweet"ler aracılığıyla metin tabanlı paylaşımları destekler. İlk tweet, Jack Dorsey tarafından atıldı ve "just setting up my twttr" şeklindeydi. Twitter, kısa sürede popüler hale geldi ve küresel bir mikroblogging platformu haline geldi. Bugün, dünya genelinde milyonlarca aktif kullanıcıya sahiptir.

# Twitter

## 2. Tweet'ler, Retweet'ler ve Favoriler:

- ▶ Tweet'ler: Twitter'da kullanıcılar, metin, fotoğraf, video veya bağlantı içeren kısa mesajlar paylaşır. Tweet'ler, ana sayfada takipçilere görünen temel içerik birimleridir.
- ▶ Retweet'ler: Kullanıcılar, beğendikleri tweet'leri kendi takipçileriyle paylaşmak için "retweet" yapabilirler. Bu, ilginç veya önemli içeriğin hızla yayılmasını sağlar.



# Twitter

- ▶ Favoriler (Beğeniler): Kullanıcılar, tweet'leri beğenerek veya "favori"leyerek beğendikleri içerikleri vurgularlar. Favori, bir tweet'i beğendiğinizi ve muhtemelen daha sonra görmek istediğinizi belirtmenin bir yoludur.

### 3. Hashtag Kullanımı:

- ▶ Tanım: Hashtag, bir kelimenin veya kelime grubunun önüne eklenen "#" sembolü ile belirtilen bir etikettir. Örneğin, #TBT (Throwback Thursday) veya #WorldEnvironmentDay gibi.

# Twitter

- ▶ **Fonksiyon:** Hashtag'ler, belirli bir konu veya trend ile ilgili tweet'leri gruplamak ve keşfetmeyi kolaylaştırmak için kullanılır. Ayrıca, popüler etiketler, kullanıcıların genel bir konu hakkındaki genel tartışmalara katılmasına olanak tanır.
- ▶ **Kampanya ve Trend Hashtag'leri:** Markalar, kampanyaları veya etkinlikleri tanıtmak için özel hashtag'ler oluşturabilir. Ayrıca, popüler konuları vurgulamak için kullanıcılar tarafından oluşturulan hashtag'ler, Trending Topics listesine çıkabilir.

# Twitter

## 4. Trending Konular:

- ▶ Tanım: Trending konular, Twitter'da en çok konuşulan ve paylaşılan konuları gösteren bir özelliktir. Bu konular, kullanıcıların ilgi çekici ve güncel içeriğe hızla erişmelerini sağlar.
- ▶ Belirleme: Trending konular, bölgesel ve dünya genelinde popüler olan konulara dayanır. Kullanıcıların ilgi düzeyleri ve etkileşimleri, hangi konuların listeye dahil edileceğini belirler.

# LinkedIn

- ▶ İş dünyasına odaklanmış ağ
- ▶ Profesyonel profil oluşturma
- ▶ İş ilanları ve bağlantılar

# LinkedIn

## LinkedIn: İş Dünyasına Odaklanmış Ağ

### ► Tarihiçesi

- Kuruluş (2002): LinkedIn, Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly ve Jean-Luc Vaillant tarafından kuruldu. Platform, 5 Mayıs 2003'te halka açılmadan önce 2002'de kuruldu.
- İlk Lansman (2003): LinkedIn, 5 Mayıs 2003'te resmi olarak hizmete girdi. Profesyonellerin diğer iş dünyası insanlarıyla bağlantı kurmasını sağlayan bir platform olarak başladı.

# LinkedIn

- ▶ İlk Milyon Kullanıcı (2004): LinkedIn, 2004 yılında bir milyon kullanıcıya ulaştı. Bu, platformun büyümeye başladığının bir işaretiydi.
- ▶ Yatırımlar ve Büyüme (2004-2010): LinkedIn, bu dönemde bir dizi yatırım aldı ve hızla büyüdü. Platform, iş arama ve profesyonel ağ oluşturma amacıyla giderek daha fazla kullanıcı tarafından benimsendi.

# LinkedIn

- ▶ Yenilik ve Gelişmeler (2017-günümüz): LinkedIn, sürekli olarak platformunu geliştirdi ve kullanıcılarına yeni özellikler ekledi. Örneğin, video içeriklerin paylaşılabilir hale gelmesi gibi özellikler, platformun daha etkileşimli hale gelmesine katkıda bulundu.
- ▶ LinkedIn, günümüzde dünya genelinde milyonlarca kullanıcıya sahip ve iş dünyasındaki profesyoneller için önemli bir ağ olma özelliğini sürdürmektedir.

# LinkedIn

## 1. İş Dünyasına Odaklanmış Ağ:

- ▶ LinkedIn, iş dünyasına yönelik bir profesyonel ağ platformudur. Kullanıcılar, iş ilişkilerini kurmak, iş fırsatlarını keşfetmek ve endüstri içindeki gelişmeleri takip etmek amacıyla bu platformda bir araya gelirler. LinkedIn, geniş bir sektörel çeşitliliğe sahip olan profesyonelleri bir araya getirerek iş dünyasında etkileşimi artırır.



# LinkedIn

## 2. Profesyonel Profil Oluşturma:

- ▶ Kişisel Bilgiler ve Deneyim: Kullanıcılar, eğitim geçmişleri, iř deneyimleri, beceriler, projeler ve profesyonel başarılar gibi kişisel ve işle ilgili bilgileri içeren kapsamlı profiller oluşturabilirler.
- ▶ Öne ıkan Özellikler: LinkedIn profilleri, kişisel bir marka oluşturmak için tasarlanmıştır. Kullanıcılar, profesyonel fotoğraflar ekleyebilir, özgeçmişlerini detaylandırabilir ve öne çıkan becerilerini vurgulayabilirler.

# LinkedIn

## 3. İş İlanları ve Bağlantılar:

- ▶ İş İlanları: LinkedIn, kullanıcılara uygun iş fırsatlarını bulmalarına olanak tanıyan bir iş ilanları bölümü sunar. Ayrıca, şirketler de doğrudan iş ilanları yayınlayabilir ve potansiyel adaylarla iletişime geçebilirler.
- ▶ Bağlantılar: Kullanıcılar, iş dünyasındaki diğer profesyonellerle bağlantı kurabilirler. Bu bağlantılar, iş fırsatlarını, endüstri haberlerini ve profesyonel gelişmeleri paylaşmak için bir platform sağlar. LinkedIn, profesyonel ağını genişletmek ve sektördeki önemli kişilerle iletişim kurmak için güçlü bir araçtır.

# LinkedIn

- ▶ LinkedIn, kullanıcılara kariyerlerini geliştirmeleri, iş fırsatlarına erişim sağlamaları ve profesyonel kimliklerini oluşturmaları için bir dizi araç sunar. Ayrıca, şirketler ve işverenler de potansiyel adayları bulmak ve iş dünyasındaki gelişmeleri takip etmek için LinkedIn'i etkin bir şekilde kullanırlar. Platform, iş dünyasındaki etkileşim ve iletişimi artırarak global bir profesyonel ağ oluşturur.

# LinkedIn

- ▶ LinkedIn: İş Dünyasına Odaklanmış Ağ
  - ▶ LinkedIn, kullanıcılara kariyerlerini geliştirmeleri, iş fırsatlarına erişim sağlamaları ve profesyonel kimliklerini oluşturmaları için bir dizi araç sunar. Ayrıca, şirketler ve işverenler de potansiyel adayları bulmak ve iş dünyasındaki gelişmeleri takip etmek için LinkedIn'i etkin bir şekilde kullanırlar. Platform, iş dünyasındaki etkileşim ve iletişimi artırarak global bir profesyonel ağ oluşturur.

# TikTok

- ▶ Kısa video paylaşımları
- ▶ Yaratıcı içerik trendleri
- ▶ Genç kullanıcı kitlesi

# TikTok

## TikTok Tarihçesi:

- Musical.ly (2014): TikTok'un temelleri, Çin merkezli bir şirket olan ByteDance tarafından 2014 yılında başlatılan "Douyin" adlı bir uygulama ile atıldı. Ancak, TikTok olarak bilinen platformun kökenleri, 2017 yılında Musical.ly adlı bir uygulamanın ByteDance tarafından satın alınmasıyla atıldı.

# TikTok

- ▶ Birleşme ve TikTok (2018): ByteDance, 2018'de ABD merkezli Musical.ly'yi satın aldı ve bu iki platformu birleştirerek TikTok'u oluşturdu. TikTok, küçük video içerikleri paylaşma ve izleme odaklı bir sosyal medya platformu olarak dünya çapında popülerlik kazandı.
- ▶ Hızlı Büyüme (2018-günümüz): TikTok, özellikle genç kullanıcılar arasında hızla büyüdü. Kısa sürede, dünya genelinde milyarlarca kullanıcıya ulaştı ve birçok ülkede en çok indirilen uygulamalardan biri haline geldi.

# TikTok

- ▶ Yaratıcı İçerik Trendleri:
- ▶ Dans ve Müzik: Birçok TikTok trendi, dans ve popüler müziklere dayanır. Kullanıcılar, belirli dans rutinleri ve şarkılara eşlik eden içerikler oluşturarak trendlere katılır.
- ▶ Challenge'lar: TikTok'ta sıkça görülen trendler arasında "challenge"lar bulunur. Kullanıcılar, belirli bir görevi yerine getirme veya belirli bir konsepti taklit etme çabalarını paylaşarak bu trendlere katılırlar.



# TikTok

- ▶ Genç Kullanıcı Kitlesi:
- ▶ Çocuklar ve Genç Yetişkinler: TikTok, özellikle genç kullanıcılar arasında popülerdir. 16 ila 24 yaş arasındaki genç kullanıcılar, platformun ana hedef kitlelerini oluşturur.

# TikTok

- ▶ **Yaraticılık ve İfade Özgürlüğü:** TikTok, genç kullanıcılar arasında yaratıcılığı teşvik eder ve ifade özgürlüğü sunar. Kullanıcılar, kendi tarzlarını ve kişiliklerini yansıtan çeşitli içerikler oluşturabilirler.
- ▶ TikTok'un hızlı büyümesi ve popülerliği, kısa video formatındaki eğlenceli ve yaratıcı içeriklere olan talebin arttığını gösteriyor. Platform, genç kullanıcılar arasında önemli bir sosyal medya oyuncusu haline gelmiştir.

### 3. Sosyal Medyanın Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Sosyal medyanın olumlu ve olumsuz etkileri;

Olumlu Etkileri:

- ▶ İletişim ve Bağlantı: Sosyal medya, insanların dünyanın dört bir yanındaki arkadaşları ve aile üyeleri ile iletişim kurmalarına olanak tanır. Uzak mesafedeki insanlar arasındaki bağları güçlendirir.
- ▶ Bilgi ve Haber: Sosyal medya platformları, haberleri anında paylaşma ve erişme imkanı sunar. Bu da kullanıcıların güncel olaylar hakkında bilgi sahibi olmalarını kolaylaştırır.

### 3. Sosyal Medyanın Olumlu ve Olumsuz Etkileri

- ▶ İş ve Profesyonel Ağlar: LinkedIn gibi platformlar, iş dünyasındaki profesyonellerin bağlantı kurmalarını, iş ilanlarını takip etmelerini ve kariyer geliştirmelerini sağlar.
- ▶ Topluluk Oluşturma: Sosyal medya, benzer ilgi alanlarına sahip insanların bir araya gelmesini ve çeşitli topluluklar oluşturmasını sağlar. Bu, hobileri, etkinlikleri veya belirli konulardaki tutkuları paylaşan insanları bir araya getirir.

### 3. Sosyal Medyanın Olumlu ve Olumsuz Etkileri

- Eğitim ve Öğrenme: Sosyal medya, çeşitli eğitim kaynaklarına ve bilgiye erişimi kolaylaştırır. YouTube gibi platformlar üzerinden eğitim videoları izleyerek veya çeşitli blog ve makaleleri okuyarak yeni beceriler öğrenmek mümkündür.

### 3. Sosyal Medyanın Olumlu ve Olumsuz Etkileri

#### Olumsuz Etkileri:

- ▶ **Bilgi Kirliliđi ve Sahte Haberler:** Sosyal medya, yanlış bilgi ve sahte haberlerin hızla yayılmasına zemin hazırlar. Bu da toplumda bilgi kirliliğine ve güven sorunlarına neden olabilir.
- ▶ **Gizlilik Sorunları:** Sosyal medya kullanıcılarının kişisel bilgilerinin çalınması veya kötüye kullanılması gibi gizlilik sorunları ortaya çıkabilir. Bu durum, siber güvenlik tehditlerini beraberinde getirir.

### 3. Sosyal Medyanın Olumlu ve Olumsuz Etkileri

- ▶ Zaman Yönetimi Problemleri: Sosyal medya, kullanıcıların çok fazla zaman harcamalarına ve bu nedenle iş, okul veya kişisel hedeflere odaklanmada sorun yaşamalarına neden olabilir.
- ▶ Sosyal Karşılaştırma ve Düşük Özsaygı: Sosyal medya, insanları başkalarıyla karşılaştırmaya teşvik edebilir. Bu durum, düşük özsaygı, kendini kötü hissetme ve sosyal anksiyeteye yol açabilir.
- ▶ Bağımlılık: Sosyal medya kullanımı, bazı insanlar için bağımlılık yaratabilir. Sürekli bildirimlere, beğenilere veya paylaşımlara olan bağımlılık, gerçek dünyadaki etkileşimleri olumsuz etkileyebilir.

