

Sosyal Medya Kavramı ve Tarihsel Gelişimi¹

Niyazi GÜMÜŞ²
Hayrettin ZENGİN³

Giriş

Sosyal medya kavramına değinmeden önce sosyal medya uygulamalarına gidilen süreçteki gelişmelere değinmek yerinde olacaktır. Bunlar Web 1.0 ve Web 2.0 kavramlarıdır. Web 2.0 kavramı ortaya çıktıktan sonra öncesindeki uygulamalar için bulunan kavram web 1.0 olarak ifade edilmektedir. 90'ların başından itibaren HTML ile oluşturulan bu siteler birbirine yakın içerikler sunmaktadırlar (Weber, 2009:94). Web 2.0 kavramı ise; interaktif özelliklerin kullanıcı tarafından oluşturulup geliştirildiği yeni bir etkileşim dönemi ve reklam uygulamalarına tüketicileri daha fazla katan teknolojik bir gelişme olarak tanımlanmaktadır (Tuten, 2008:3). Web 1.0'ın web 2.0'dan en önemli farkı az sayıdaki kişi tarafından web site içeriklerinin oluşturulmasıdır. Az sayıda kişi tarafından oluşturulan bu içerikler, çoğunluğu oluşturan kitle tarafından tıpkı

¹Bu çalışma Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yürütülmüş olan "Sosyal medya aracı olarak Facebook uygulamalarının algılanan marka denkliği boyutlarına etkisi: GSM sektöründe bir araştırma" başlıklı tez çalışmasının bir bölümünden üretilmiştir.

²Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, ngumus@kastamonu.edu.tr

³Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, hzengin@sakarya.edu.tr

tasında yoğun şekilde kullanılmaktadır. Özellikle teknik ve detaylı bilgi gerektiren konulara yoğunlaşan forumların çok sayıda kullanıcıya sahip olduğu görülmektedir. Forumlarda üyeler satın aldıkları ürünleri, tanıtmakta olumlu olumsuz görüşlerini ifade etmektedirler. Yemek, gezi, teknoloji forumları son derece popüler forumlar arasında yer almaktadır.

Kaynakça

Abedin, B. (2011). Web 2.0 and Online Learning and Teaching: A Preliminary Benchmarking Study. *Asian Social Science*, 7(11), November.

Akar, E. (2010). Sosyal Medya Pazarlaması, Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri. Efil Yayınevi: Ankara.

Alexander, W. J. (2008). MySpace, Where Men are Women, Women are Men, and 14 Year Old Boys Might be Federal Agents. Mayıs 10, 2011 tarihinde <http://www.shelbyed.k12.al.us/tech/handouts/MySpaceTraining-2008.pdf> adresinden alındı.

Atasoy, B. (2012). Twitter, 500 Milyon Kullanıcıya Ulaşıyor. Mart 01, 2012 tarihinde www.sosyalmedya.co: www.sosyalmedya.co/twitter-500-milyon adresinden alındı.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 210–230.

Cha, M., Benevenuto, F., & AhnKr, Y.-Y. (2011). Delayed information cascades in Flickr: Measurement, analysis, and modeling. *Computer Networks*.

Cluck, A., & Petit, J. (2010). Social Networking and Web 2.0 in Information Literacy. *The International Information & Library Review*, 42, 137-142.

Constantinides, E., & Fountain, S. J. (2007). Web 2.0: Conceptual Foundations and Marketing Issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 24 October, 231–244.

Cormode, G., & Krishnamurthy, B. (2008). Key Differences Between Web1.0 and Web2.0. Şubat 02, 2012 tarihinde <http://www2.research.att.com/~bala/papers/web1v2.pdf> adresinden alındı.

Cox, A., Clough, P., & Siersdorfer, S. (2011). Developing Metrics To Characterize Flickr Groups. *Journal Of The American Society For Information Science And Technology* 62(3), 493–506.

Çavuş, N. (2011). 2011'de Sosyal Medyaya Yön Verecek 10 Trend. Şubat 20, 2012 tarihinde www.bianet.org: <http://bianet.org/bianet/diger/127205-2011de-sosyal-medyaya-yonverecek-10-trend> adresinden alındı.

Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., Uslu, Y., & Kılıç, B. (2010). Facebook'tayız.

Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve İşletmelere Yönelik İncelenmesi: Facebook Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: Beta Yayınları, 2. Baskı.

Fischer, E., & Reuber, A. R. (2011). Social Interaction Via New Social Media: (How) Can Interactions on Twitter Affect Effectual Thinking and Behavior?. *Journal of Business Venturing* 26, 1-18.

Hensel, K., & H. Deis, M. (2010). Using Social Media to Increase Advertising and Improve Marketing. *The Entrepreneurial Executive*, 15.

Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K., & Chowdury, A. (2009). Twitter Power: Tweets as Electronic Word of Mouth. *Journal Of The American Society For Information Science And Technology*, 60(11), 2169–2188.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.

Kwon, O., & Wen, Y. (2010). An Empirical Study of The Factors Affecting Social Network Service Use. *Computers in Human Behavior* 26, 254–263.

Lewis, B. K. (2010). Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College Students. *Public Relations Journal*, 4(3), Summer.

Lin, W., Daping, W., & Lingling, H. (2011). The Design and Implementation of University Video Resources Platform Based on Podcast. *Procedia Engineering* 15, 2186-2190.

Mangold, G., & Faulds, D. (2009). Social Media: The New Hybrid Element of Promotion Mix. *Business Horizons* 52, 357-365.

Ontario. (2008). Social Media Marketing. Şubat 13, 2012 tarihinde http://www.ontariocanada.com/ontcan/1medt/smallbiz/sb_downloads/ebizsocialmedia_marketing.en.pdf adresinden alındı.

Rev2team. (2007). Bebo: An In-Depth Look. Şubat 20, 2012 tarihinde <http://www.crunchbase.com/company/bebo> adresinden alındı.

Safko, L., & Brake, D. K. (2009). The Social Media Bible: Tactics, Tools, Strategies For Business Success. New Jersey: Canada: John Wiley & Sons, Inc. Hoboken.

Singh, T., Jackson, L. V., & Cullinane, J. (2008). Blogging: A New Play in Your Marketing Game Plan. *Business Horizons* 51, 281-292.

Sweeney, S., & Craig, R. (2011). Social Media for Business 101 Ways to Grow Your Business without Wasting Your Time. Canada: Maximum Press

Thomas, H. (2010). Twitter® Marketing An Hour a Day . Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc.

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S., & Çomu, T. (2009). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülyorum Öyleyse Varım. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Tuten, T. L. (2008). Advertising 2.0 Social Media Marketing In A Web 2.0 World. United States of America: Praeger Publishers.

Weber, L. (2009). Marketing To The Social Web How Digital Customer

Communities Build Your Business. Hoboken, New Jersey: Wiley & Sons, Inc.

Weinberg, T. (2009). The New Community Rules: Marketing on the Social Web. Gravenstein Highway North, Sebastopol.: Published by O'Reilly Media, Inc.

Wikipedia. (2012). Blog nedir?, Blogların gemiŐi, Blog trleri. Şubat 21, 2012 tarihinde <http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog> adresinden alındı.

Wikipedia.com. (2012). Flickr. Mart 14, 2012 tarihinde <http://tr.wikipedia.org/wiki/Flickr> adresinden alındı.

Wikipedia.com. (2013, Haziran). Google+. <http://tr.wikipedia.org/wiki/Google%2B> adresinden alındı.

Youtube. (2012). Press_statistics. Mart 06, 2012 tarihinde http://www.youtube.com/t/press_statistics adresinden alındı.

Zarella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. 1005 Gravenstein Highway North, Sebastopol: Published by O'Reilly Media, Inc.

Zimmerman, J., & Sahlin, D. (2010). Social Media Marketing All-in-One For Dummies. Published by Wiley Publishing, Inc.