



Bir Çoklu Ortam Olarak "Twitter"

Afgan Rasulov

Muhammet Ünal

Taner Kızılhan

Final Projesi

İLT412 Çok Ortamlı İletişim

Prof. Dr. Ali ŞİMŞEK

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi

Mayıs 2012

İçindekiler

1. Giriş	2
1.1. Çoklu ortam	2
1.2. Medya	2
1.3. Yeni Medya	2
1.4. Sosyal Medya	3
1.5. Mikro-blog.....	3
2. Twitter Nedir?	4
3. Twitter'ın Tarihçesi	4
4. Kavramlar	6
5. Özellikler	7
6. Bir Çoklu Ortam Olarak Twitter	7
7. Neden Twitter?	8
8. Kullanım Alanları	10
8.1. Haber	11
8.2. Eğitim	11
8.3. Reklam.....	11
8.4. İletişim- Eğlence.....	12
8.5. Avantajlar&Dezavantajlar	12
9. Eğilimler	14
Kaynakça	16

Bir Çoklu Ortam Olarak “Twitter”

1. Giriş

Özellikle 2000’li yılların başlaması ile internet ve bilgisayar alanındaki gelişmeler bizi bir çok yeni kavram ve ortam ile karşı karşıya getirdi. Klasik anlamda kullanılan medya ve çoklu ortam kavramları artık daha önce bilinenin dışında yeni anlamlar kazanırken; yine internet teknolojisinin gelişimi ile yeni medya ve sosyal medya gibi kavramlar hayatımıza girmiştir. Bu açıdan bakıldığında; son dönemde hayatımızda önemli bir yeri olan Twitter’ın daha ayrıntılı irdelenebilmesi ve daha anlaşılır bir biçimde incelenebilmesi için medya, yeni medya, sosyal medya, mikro-blog ve çoklu ortam gibi kavramların açıklanması yerinde olacaktır.

1.1. Çoklu ortam: *Bilgisayar yönetimli olarak yazı, ses, görüntü, hareket gibi iletilerin doğrusal ya da etkileşimli bir biçimde kaynaştırılması süreci ile oluşturulur.*¹ Bu açıdan bakıldığında, Twitter’ın bir sosyal medya olmasının ötesinde aktarımına olanak sağladığı ileti tipleri ve farklı ileti tiplerini bir arada kaynaştırarak sunabilmesi özelliği ile bir çoklu ortam özelliği taşıdığını tartışmasız bir biçimde söyleyebiliriz.

1.2. Medya: Günümüzde daha çok kitle iletişim araçları anlamında kullanılan bu kavram, *“Her çeşit bilgiyi bireye ve topluluklara aktaran, eğlendirme, bilgilendirme ve eğitime gibi 3 temel sorumluluğa sahip görsel, işitsel ve hem görsel, hem işitsel araçlar”*² olarak tanımlamak mümkündür. Bu anlamda bakıldığında; bu medya tanımının işaret ettiği araçları “geleneksel medya” olarak adlandırmak yerinde olacaktır; çünkü gerek tanımı gerekse işlevleri açısından bu araçlar bilginin bir merkezde üretilerek kitleye yayıldığı ve alıcıların edilgen olarak sadece bu bilgiyi alabildiği; geri bildirim olmadığı araçlardır. Bu da 2000’li yıllarla birlikte popülerliği artan yeni medyanın, alıcı açısından yarattığı değişikliklerin önemini arttırmaktadır.

1.3. Yeni medya: *Yeni medya kavramsallaştırılması ile geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) farklı olarak, dijital kodlama sistemine temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş anlı ve çok yoğun kapasitede yüksek hızda, karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları kastedilmektedir.*

¹ Şimşek Ali, Ders notları, 2012

² <http://www.grafiktasarimmedya.com/medya-nedir.html>



(Binark, 2007: 3) Tanımından da anlaşılacağı üzere yeni medyanın yarattığı en büyük değişiklik; medya kullanıcılarının pasif birer alıcı olmaktan çıkıp; gönderilen iletiye anında dönüt verebilmesine; bunun ötesinde geliştirilen teknoloji sayesinde artık her bir kullanıcının bir kaynak olarak içerik üretebilmesine olanak sağlamış olmasıdır.

1.4. Sosyal Medya: *Zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insanî iletişim şeklidir. (Vural, Bat, 2010: 65)³* Sosyal medyanın en önem getirisi; artık kullanıcıların anlık olarak istedikleri yerden, istedikleri anda içerik paylaşabilir, bir içerik üzerine tartışabilir ya da oluşturulmuş olan bir içerik üzerinde değişiklik yapabilir bir hale gelmiş olmalarıdır.

Günümüzde sosyal medyanın popülerliği tartışılmaz bir biçimde artmıştır. İnsanlar, evlerinden, ofislerinden, hatta artık cep telefonları sayesinde istedikleri yerden internete bağlanarak sosyal medyayı kullanabilmektedirler. Kuşkusuz bu yeni teknolojinin en popüler olanlarından biri; gerek kullanım, gerekse erişim konusunda büyük kolaylık sağlayan Twitterdir.

1.5. Mikro-blog: Twitter'a ve Twitter'ın toplumsal bağlamda yarattığı değişikliklere geçmeden önce; bu araştırma raporunun doğası ve yazılış amacı doğrultusunda açıklanması gereken bir diğer önemli kavram da "Mikro-blog" kavramıdır. *Web 2.0 için bir çok tanım bulunmaktadır. En basit anlamda Web 2.0⁴ her hangi bir kullanıcının internette kolayca içerik oluşturabilmesi ve var olan içeriklere müdahale edebilmesidir (Atıcı & Yıldırım, 2010). Selwyn'nin (2007) kullanıcıların istekleri sonucunda ortaya çıkan gereksinimlerin karşılanması için geliştirilen teknolojilerin ve tasarım karakteristiklerinin tamamı olarak tanımladığı Web 2.0'ı, Şendağ (2008) ise kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturmalarına, düzenlemelerine, içerikleri sıralayıp birbirleriyle paylaşmalarına ve paylaşılan içeriğin dağıtımına doğrudan katılmalarına izin veren bir sistem olarak tanımlamıştır. Yani özetle; kullanıcıların basit anlamda o anda yaptıklarını ya da düşüncelerini kısaca aktardıkları ortamlar olarak açıklanabilir.*

2. Twitter Nedir?

Twitter'a genel olarak bakıldığında, kendisinden önce gelen sosyal medyaya kıyasla farklı bir araç olduğunu söylemek mümkündür. İngilizce den Türkçeye doğrudan çevrildiğinde

³ http://joy.yasar.edu.tr/makale/no20_vol5/3_BVural_MBat.pdf

⁴ Mikro-blog anlamında kullanılmıştır.



kelime anlamı olarak “cıvıltı” anlamına gelen Twitter’ın tanımına bakıldığında, bahsi geçen araçtan bir mikro-blog ve sosyal ağ olarak bahsedilmekte olduğu görülmektedir. Bu tanımın daha anlaşılır olması açısından zaten yukarıda “sosyal ağ” ya da “sosyal medya” ve “mikro-blog” olguları açıklanmıştır. Peki Twitter neden bir mikro-blog ve sosyal ağ olarak adlandırılmaktadır? Mikro-blog’un tanımında açıklandığı üzere Twitter, “Şu anda ne oluyor?” sorusundan yola çıkarak; kullanıcılarından o anda yaptıkları ya da düşündükleri şeyleri 140 karakterlik bir alana yazarak diğer insanlarla paylaşmalarını isteyen ve buna olanak sağlayan bir sistem üzerinden çalışmaktadır. Bu yönüyle Twitter, önemli bir mikro-blog örneği olmasının yanında, aslında günümüzde kullanılan mikro-blogların en ünlüsüdür. Twitter’ın aynı zamanda bir sosyal ağ olarak adlandırılmasının sebebi ise öncelikle cep telefonlarında dahi kullanılabilir bir araç haline geldiği için zaman ve mekan kaygısı olmadan anlık iletişim ve paylaşım gerçekleştirebilmesidir. Bunun yanı sıra; geri dönütlerle içerik tartışılabilir, yorumlanabilir ve hatta beğenilmeyen içeriklere müdahale edilerek anında değişiklik gerçekleştirilebilir olmasıdır. Twitter bu özellikleri sebebi ile aynı zamanda bir sosyal ağdır.

3. Twitter’ın Tarihçesi

İletişim Tarihi Boyunca icat edilmiş, başarılı ya da başarısız olmuş her teknoloji gibi Twitter da bir amaçla ortaya atılmış bir fikirden doğmuştur. Twitter’ın kuruluşuna bakılacak olunursa:

Twitter 2006 yılında isimleri; Jack, Biz, Noah, Crystal, Jeremy, Adam, Tony, Ev, Dom, Rabble, Ray, Florian, Tim ve Blaine olan 14 arkadaşın çabalarıyla South Park, San Fransisco da kurulmuştur. Birlikte çalışan bu kişiler, yedikleri bir yemek esnasında Jack’in SMS yoluyla küçük gruplara o anda ne yaptıklarını anlatabilecekleri üzerine kurulu fikrini açıklamasıyla bu konu tartışmaya açılmış; üzerinde beyin fırtınası yapılmaya başlanmıştır. Jack’in bahsi geçen fikri oldukça basitti; insanlara o anda gittiği kulübü, bulunduğu yeri ya da yaptığı şeyi yazıp mesaj atacaktı. Yapacağı şey öyle kolaydı ki; insanların onlardan istenileni yapmaları için düşünmelerine bile gerek yoktu. Tüm yapacakları; cep telefonlarına bir şeyler yazıp göndermekti. Sonuçta fikir öylesine beğenilmişti ki; gruptaki herkes bunun gerçekleşmesini ister bir hale gelmişti.



Daha sonra bu fikir üzerinden bir prototip oluşturuldu. Katıldıkları yarışmada, Jack'in fikri birinci olarak seçildi. Jack'in oluşturduğu ilk versiyon tamamen web tabanlıydı. 21 Mart 2006 tarihinde fikir yayına başladı; ilk mesaj Dom tarafından atılan "#38" mesajıydı.

Yayına geçen bu yeni aracın isim bulma süreci oldukça sıkıntılı geçti. İlk önce "FriendStalker" ismi kullanıldı; ancak bilgisayar ortamında Amerika'nın SMS kodlama sistemine göre bu ismin kodlanması oldukça zor olduğu için bu isimden vazgeçildi. Daha sonrasında "Flickr" dan esinlenerek "Twtr" ismi seçildi. Beş haneli bu ismin seçilme sebebi Bahsi geçen kodlama sisteminde beş rakamlı sayıların kullanılmasıydı. Buna göre ortaya çıkan kod başta 10958 iken; daha sonrasında bu rakam akılda kalıcı olmadığı için daha kolay ve kullanışlı olan 40404 rakamı kullanılmaya başlandı. Daha sonra ise Almanya'dan Floriyan, daha güvenli e uzun bir kod yazılması gerektiğini söyledi. Bunun için tam bir telefon numarasına denk gelen 10 rakamlı sayılar kullanılmaya başlandı.

Başlangıçta yetkili bir kişinin diğer kullanıcıları takip ede bildiği bir yöneticilik sistemi ile çalışan Twitter daha sonraları belli bir kullanıcı sayısına ulaşılmasının ardından bu takip süreci zor olduğundan özel bilgilere de daha saygılı yeni bir güvenlik sistemi üzerinden işlemeye başladı. Önceleri arkadaş ekleme ya da takip etme (following) kavramlarından hangisinin kullanılacağı bir tartışma konusuydu. Bu noktada kişiler ya bütün herkesten gelen mesajları alacaklar ya da hiç mesaj alamayacaklar şeklinde bir problem doğuyordu. O dönemde Twitter'a özel bir sözlük bulunmamasından dolayı sistem yazı (post) ve ya mesaj (message) üzerinden çalışmaktaydı. Açık bir dil oluşturma mevzusu 2006 baharında bir tartışmalara sebep oldu.

İnsanları SMS faturalarından kurtarma düşüncesinden hareketle yola çıkan Twitter da önceleri "İnsanlar benim ne yaptığımı neden umursasın?" diye yavaşlayabilecekleri için Twitter'ın orijinal kullanıcıları olan kurucu ekip çevrelerindeki insanlara Twitter'ı kullandırmaya çalıştılar. Obvious Corp. kuruldu ve Twitter bu şirketin tek odak projesi oldu.

Twitter'ın kuruluş aşamasında mesajlar için herhangi bir karakter limiti yokken 2007 yılında Jack'in ünlü "One could change the world with one hundred and forty characters" sözü ile karakter limiti 140'a düşürüldü. Böylece daha önce ortaya çıkan yazının birden çok mesaja bölünmesi, tasarımı ve SMS faturaları gibi sorunların üstesinden gelinmesi amaçlandı.



2007 yılında Twitter en iyi blog kategorisinde bir ödül kazandı. Daha sonrasında yine 2007 yılında Jack Twitter'ın CEO'su oldu.⁵

Twitter kuruluşundan günümüze gelişmeye devam etti ve popüler sosyal medya arasında yerini aldı.

4. Kavramlar

Geliştirilen her teknoloji gibi Twitter da gelişme süreci boyunca kullanım kolaylığı sağlamak ve akılda kalıcılığı arttırmak amacıyla kendi dilini oluşturmuştur. Hatta öyle ki oluşturulan bu dilin sembollerinin ve kısaltmalarının daha kolay anlaşılabilmesi için "Twictionary" adı altında kendi, özgün sözlüğünü oluşturmuştur. Bu dilde kullanılan kelimelerden ve kavramlardan en sık kullanılanları aşağıda örneklendirilmiştir. Bunun dışında tam listeye oluşturmuş olduğumuz www.twitteranaliz.wordpress.com adresinden ulaşabilirsiniz.

Kavram	Tanım	Kavram	Tanım
Twend	Twitter üzerinde bulunan bir arkadaş	Twedia	Twitter'da bulunan medya kuruluşları
Tweepular	Twitter'da bulunan popüler kişi	Thinktweet	Bir mesajı ya da alıntıyı provoke etmek.
Tweet	Twitter üzerinden gönderilen tek mesaj	RT	Twitter'da bulunan bir mesajın başka bir kullanıcı tarafından tekrar paylaşılması
Tweets	Twitter üzerinden gönderilen mesajlar (çoğul)	Tweeple	Twitter üzerinden iletişim kuran insanlar
Tweesome	Aynı anda 2 kişiye mesaj atmak	Tweed	Twitter üzerinden bir mesajın yayımlanması

5. Özellikler

⁵ Bu metin İngilizce bir kaynaktan çevrilmiştir.

Twitter kurulduğu güne bugüne gerek ticari bir kuruluş olarak, gerekse bir iletişim teknolojisi olarak, diğer kurum ve teknolojilerle yarişabilmek ve tutunabilmek için pek çok farklı özelliği bünyesinde bulundurmaktadır. Öncelikle Twitter'ın göze çarpan önemli özelliklerinden bir tanesi "Tek Yönlü Takip" 'tir. Buna göre kişiler haberdar olmak istedikleri diğer kişilerle evrimii bir arkadaşlık kurmaktansa bu kişileri takip etmektedirler. Böylece isteyen herkes istediğini takip edebilirken diğerleri onların bilgilerine ulaşmak zorunda kalmaz. Bir diğer önemli özellik ise "Takip evresi" zelliğidir. Bu özelliğe göre kişiler arkadaşlarını ve iletişimde oldukları kişileri bir takip listesine bakarak görebilmektedir. Bunun yanı sıra yapılan bir alıntıda alıntı yapılan kişi doğrudan referans gösterilebilir böylelikle sanal ortamda dair olsa görece bir güvenilirlik oluşturulabilir. Ayrıca beğenilen iletiler favori olarak işaretlebilir. Kısıtlı bile olsa görsel içerik paylaşımı ve gösterimi yapılabilir. Son olarak eğer bir kişinin arkadaşlığınızdan çıkarılmasını istiyorsanız bu kişi engelleme yoluyla arkadaşlığınızdan çıkarılabilir.

Yukarıda Twitter'ın kullanımına dair bazı özellikler sıralanmıştır. Bütün bu özelliklerin dışında bazı teknik özelliklerden de bahsedilebilir. Bu teknik zellikler Twitter'ın çok ortamlı bir araç olarak nitelenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu sebeple "Bir oklu Ortam Olarak Twitter" başlığı altında ayrıntılı incelenmiştir.

6. Bir oklu ortam olarak Twitter

Kurulduğu günden buyana sürekli kendini yenileyen Twitter günümüzde belli özellikleri ile artık çok ortamlı bir teknoloji olarak tartışılmaktadır. Kurulduğu ilk dönemlerde sadece 140 karakterlik bir yazı paylaşımına olanak sağlayan Twitter 2010 yılı itibari ile artık resim, ses ve hareketli görüntü paylaşımına ve bunların tek bir ortamda kaynaştırılarak sunulmasına olanak sağlayarak çok ortamlılık konusunda büyük bir gelişme sağlamıştır.

Bunun yanı sıra Twitter pek çok diğer özelliği de çok ortamlı bir teknolojidir. Öncelikle, hemen yukarıda belirttiğimiz üzere birden fazla ileti sistemini tek bir kanalda birleştirerek bize sunmaktadır. Ayrıca özellikle gelişen cep telefonu teknolojisi ile diğer önemli bir çoklu ortam özelliği olan taşınabilirlik özelliğine sahip olmuştur.

Kullanıcı ile teknoloji arasında çok düzeyli bir etkileşim de söz konusudur. Bu etkileşim şu



şekilde gerçekleşmektedir: Twitter teknolojisi kullanıcının komutuna göre iletme istediği mesajı hafızasında tutarak diğer kullanıcılara ulaştırmaktadır. Bu da etkileşimin yanı sıra bizi bir diğer önemli çok ortamlı teknoloji özelliği olan ağa bağlanabilme özelliğine getirmektedir. Buna göre kullanıcı internet ortamına bağlanarak dünya üzerindeki diğer kullanıcılarla iletişime geçebilmekte, böylece sosyal bir ağ oluşturmaktadır.

İstediğimiz anda istediğimiz kişinin (arkadaş çevremizde olması şartı ile) bilgilerine ulaşabilmemizi sağlayan Twitter bu yönü ile bize doğrudan erişim olanağı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra bir birine bağlı linklerle bizim paylaştığımız ya da başkalarının paylaştığı gönderiler arasında dolaşma ve site dışı başka kaynaklara ulaşma konusunda da Twitter büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Bu da çok ortamlı teknolojilerde bulunması gereken dosya içi yükleme özelliği göstermektedir.

7. Neden Twitter?

İlk kurulduğu günlerde daha çok eğlence ve arkadaşlarla iletişim amaçlı olarak kullanılan Twitter'ın bu özelliği de diğer pek çok özelliği gibi zaman içinde evrildi. Artık günümüzde insanlar Twitter'ı daha ziyade olarak; haber takibi, hızlı ileti aktarımı, reklam yapma, şirketlerin marka bilinirliği artırma gibi, kişisel kullanım ve özel hayatın paylaşımının ötesinde profesyonel hayatın akışı için kullanılmaktadır. Örnek vermek gerekirse çevrimiçi hizmet veren, tarafımızca kurulmuş TAM Tasarı Ajans'a ait bir Twitter hesabı bulunmaktadır. Bu hesap ajansımızın yapmış olduğu hizmetlerinin reklamlarını ve marka bilinirliğini artırmak için yapmış olduğumuz çalışmaların kamuoyuna duyurulması amacıyla kullanılmaktadır.

Twitter her konuda sizlere yardımcı olmaktadır. 6 Farklı çeşit bulunan Twitter kullanıcıları; Neşeli, Araştırmacı, Becerikli, Açık göz, Meraklı, Bilgin ve Gürültücü olarak bölümlere ayrılmaktadır. Sizlere bunları teker teker açıklamak istiyoruz.

Neşeli bir Twitter kullanıcısı için Twitter, genelde Twitter kullanıcılarından eğlenceli olanları seçer. Böylelikle kendisini güldürenleri seçerek onların yazdıklarını okuyup kendisini neşelendirmeyi başarır.

Araştırmacı bir Twitter kullanıcısı ise Twitter da pek fazla kişiyi takip etmez ve



search.twitter.com adresinden Twitter'ı normal bir Google gibi kullanabilir. Twitter Trendleri okuyup ilgisini çeken konular üzerinde bilgi toplayabilir.

Becerikli bir Twitter kullanıcısı genelde çevresine, kendisini takip eden kişilere insanlar için önemli olan aktivitelerden haberdar eder. Böylelikle hem araştırarak kendisi bilgilenir hem de çevresine becerikli olmasını göstererek bilgi toplamış olur.

Açıkgöz olan bir Twitter kullanıcısı, genelde çevresini ve yabancıları takip ederek onların Tweetlerinden yararlanır. Kendisi nadiren Tweet atmaktadır.

Meraklı Twitter kullanıcısı için Twitter, yazdığı yazılar ya da diğer konularda ki bilgilendirmeleriyle ilgili yorum toplamak ister. İnsanların düşüncelerini almak ister.

Bilgin bir Twitter kullanıcısı için Twitter tamamen düşündüğü, bilgisini katlamak istediği konularda Twitter'ı kullanır. Günlük yaptıklarından bahsetmek yerine, okuduğu yazıları paylaşır, tweetlere yorum atarlar.

Gürültücü Twitter hesabı olan bir kişi ise maalesef çevresindekileri devamlı rahatsız eder. Bazı ürün tanıtımı gibi reklamlar yaparak onları rahatsız etme gibi eylemlere yönelik hareketlerde bulunur ve maalesef onları kısa zamanda kaybetme gibi durumuyla karşı karşıya kalabilir.⁶

Yukarıdaki açıklamalarda görüldüğü üzere insanlar Twitter'ı çeşitli nedenlerle seçmektedirler ve buna göre bir kullanıcı analizi yapılmıştır. Bu kullanıcı analizinde görüldüğü üzere Twitter'ın tercih edilme sebebi en temelinde her kitleden insanın ihtiyacına cevap verebilmesi ve bireysel tercihlere saygılı olmasıdır.

Twitter'ın en yoğun kullanıldığı yerlerden biri olan habercilik alanında çalışan insanların neden Twitter'ı kullandıkları üzerine bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışmanın verilerini şu şekilde özetlemek mümkündür:

Sabahyazarı Nazlı Ilıcak "Neden Twitter?" sorusunu şöyle cevaplıyor:

"Twitter'ı hızlı haber almak için kullanıyorum. I-Phone kullanıcısı olduğumdan kolaylıkla olan biteni takip edebiliyorum. Böylece çok hızlı bir şekilde bilgiler elime ulaşıyor. Bunun yanı sıra kişilerle olan irtibatımı da sağlıyor. Son dönemde artık politikacılar da Twitter'ı

⁶ <http://www.twitter-tr.net/twitteri-bir-cok-amac-icin-kullanabiliyorsunuz.html>



sıklıkla kullanıyor. Bu nedenle güncel olana ulaşmak için önemli bir araç. Bunlara ek olarak, gazeteci arkadaşları takip etme imkânını da sağlıyor. Yazılı ve görsel basına kıyasla görüşlerimi daha kısa bir şekilde ifade ediyorum.”

Milliyetyazarı Asu Maro aynı soruya şu şekilde cevap veriyor:

“İlginizi çeken bir olay olduğunda, gazete yazısının zamanını beklemeden, sokakta, takside, yemekte, her neredeyse fikirlerini anında yazabiliyorsun. Baykal’ın kaseti konusunda kriminal uzman canlı yayında açıklama yaparken mesela, biz birçok gazetecinin duydukları hakkında ne düşündüğünü Twitter’den öğrenebildik. Çok hızlı bir paylaşım alanı sağlıyor.”

NTV’den Mirgün Cabas’ın Twitter’da yer alma nedeni birden fazla: “Haber alma, haber verme ve sosyalleşme” diyor. “Gerçekten çok faydalaniyorum. Konu bile çıkardığım oluyor. Yine de “tribüne oynayan da çok” diye ekliyor Cabas.

Radikal yazarı Ezgi Başaran ise soruya kısa bir cevap veriyor: “Canım istediğim için.” Başaran şöyle devam ediyor: “Twitter zaten bir haber alma ve haber verme yeri. İki farklı mecradan bahsediyoruz. Biri kurumsal [gazete] diğeri ise bireysel bir alan. Twitter’da kişisel paylaşımlar yapıyorum. Kendi köşe yazımda ise haliyle durum farklı.”

Çeşitli mecralardan insanların Twitter’ı tercih etme sebepleri yukarıdaki açıklamalardan ve yapılan görüşmelerden anlaşılacağı kadarıyla şu şekilde. Hız, kolay erişim, anında bildirim, doğru kaynak, eğlence gibi çok geniş bir yelpazeye yayılmaktadır.⁷

Son olarak belki de Twitter’ın tercih edilme sebeplerinden en önemlisi olan durumu Nazlı Ilıcak görüşmesinde belirtiyor; “taşınabilirlik”. Twitter’ın cep telefonlarına uyumlu bir ortam olması sonuç itibari ile “Neden Twitter?” sorusunun temel cevabını oluşturmaktadır.

8. Kullanım alanları

Twitter’ın kullanım alanlarını 4 ana başlık altında incelemek mümkündür. Bunlar: “eğitim”, ”reklam”, ”haber”, ”iletişim-eğlence”.

⁷ <http://www.habervesaire.com/news/gazetecilere-sorduk-neden-twitter-1823.html>

8.1. Haber: Twitter'ın kullanım alanlarının başında haber sektörü yer almaktadır. Günümüzde ticarileşen haber sektörü artık inanılmaz bir hızla işlemekte, rakip şirketler diğerleriyle yarışabilmek için haberlere çok seri bir biçimde ulaşmak, doğruluğunu teyit etmek ve yayınlamak zorunda kalmaktadırlar bunun içinde iletişim sürecini yine çok hızlı bir biçimde gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Twitter daha önce bahsedilen anında etkileşim, ağa bağlanabilme, taşınabilme ve ücretsiz olma özellikleri itibari ile hızlı, ekonomik ve doğru bir şekilde haberin kaynaktan yayınlanmasına olanak sağlamaktadır.

8.2. Eğitim: *Kullanıcılar Twitter üzerinden takip etmek istedikleri kişileri ekleyerek kendilerine bir ağ oluşturabilir hatta kendi profesyonel öğrenme ağlarını kurabilirler (Greenhow, 2009). Twitter üzerinde kullanıcılar, 140 karakter ile aynı web güncelerinden olduğu gibi fikir ve düşüncelerini, resim, video ve diledikleri sayfaların web adreslerini paylaşabilirler. Başka kullanıcılar da bu paylaşımlara yorumlarda bulunabilir ya da kendi ağlarındaki diğer bireylerin de görebilmesi için yeniden paylaşabilirler. Kendi ağlarını kuran kullanıcılar bu ağları kullanarak iletişim ve işbirliği içinde belirli konular üzerinde hızlı bir şekilde fikir sahibi olabilir hatta hiç bilmedikleri bir konu hakkında kendilerini eğitebilirler (Greenhow, 2009).*

Yukarıdaki açıklamada belirtildiği üzere Twitter bir iletişim teknolojisi olmasının yanı sıra belirtilen çok ortamlılık özellikleri ile aynı zamanda eğitim aracı olarak da karşımıza çıkmaktadır.

8.3. Reklam: Twitter anında iletişim, bir anda birden fazla kişiye ulaşma, internet olan her ortamda ücretsiz erişim gibi özellikleri ile şirketler ve reklam firmaları için tanıtımın vazgeçilmez mecralarını biri haline gelmiştir. Öyle ki, reklam verenlere zamandan ve paradan çok önemli tasarruflar yaptırarak binlerce kişiye ulaşma imkanı sağlamakta ve böylece neredeyse bedava reklam yapma imkanı sunmaktadır. Bunun yanı sıra hedef kitleden gelen anında dönütler sayesinde reklam verenlere reklam stratejilerindeki kritik değişiklikleri hızlı bir biçimde yapma olanağı vermektedir. Bu durumda gerek reklamların başarısını, gerekse ürün ve hizmetlerin satışını artırmakta, şirketlere artı değer olarak geri dönmektedir.

Bu açıklamadan anlaşılacağı üzere Twitter'ın bir kitle iletişim aracı olma özelliği, bir sosyal medya aracı olarak hızlı dönüt sağlama ve yazı, resim, hareketli



görüntü gibi iletileri bir arada sunabilmesi nedenleri ile reklam alanında kullanılan önemli bir teknoloji haline gelmiştir.

8.4. İletişim-eğlence: Tıpkı diğer bütün iletişim teknolojileri gibi twitter'ın önemli bir kullanım alanı da diğer insanlarla etkileşime geçmek, arkadaşlardan ve arkadaşlarımızın yaptıklarından haberdar olmak, boş vakitlerimizi geçirmek ve son olarakta dünyada olan bitenden haberdar olmaktır.

8.5. Avantajlar & Dezavantajlar: Geliştirilen her yeni bir teknoloji gibi Twitter'ın da beraberinde getirdiği bazı avantajlar ve dezavantajlar mevcuttur.

Öncelikle avantajlarına bakmak gerekirse karşımıza daha öncede vurguladığımız üzere hız, kolay erişim ve ekonomik olma en temel avantaj olarak çıkmaktadır. Bunun yanı sıra twitter'ın cep telefonlarına uyumlu bir teknoloji olması kişilerin anlık etkileşime geçmesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca profesyonel iş hayatı açısından bakıldığında Twitter halka açık bir teknoloji olduğu için şirketlerin kendilerine rakip olan diğer şirketlerinin stratejilerini, ürünlerini, kitlesini ve pazar payını belli bir ölçüde takip etmesini ve kendi ürünlerini ve stratejilerine rakiplerin davranışlarına göre belirleyebilmesine sağlamaktadır. Yine şirketler açısından bakıldığında hedef kitleyle doğrudan bir iletişim sağlanabilmekte bu yöntemle şirketler yaptıkları hataları düzeltebilme imkanı bulurken iyi yönlerini de güçlendirebilmektedirler. Şirketlerin daha kolay ve açık bir biçimde kendilerine ilişkide oldukları kişi, kurum ve kuruluşlara anlatabilmelerine olanak sağlayan Twitter bu yönüyle de şirketlerinin marka bilinirliğini ve güvenilirliğini artırmaktadır.

Toplumda rol model olan kişiler Twitter ile aracılığı daha saydam bir hayat sürmekte; bu açıdan bakıldığında yaptıkları işlerin, başarılarının, başarısızlıklarının ve durumlarının Twitter aracılığı ile duyurulması ve bu duyuruların takibi, Bu rol modelleri takip eden yine bu kişilerin sorumluluğunda olan diğerleri ile kolay etkileşim sağlamakta; konu ile ilgisi olan diğer rol modeller ise kamuoyu adına bu kişilerin denetimini görece daha kolay yapmaktadır.

Ayrıca daha önce bahsettiğimiz üzere hızlı bilgi alışverişi olan haber sektöründe twitterin yarattığı doğrudan kaynaktan alabilme ve bu sebeple de kaynağın daha güvenilir olabilme ve



daha çok kişiye daha ucuz ve hızlı bir şekilde ulaştırma gibi çok önemli avantajlar vardır.

Son olarak; Twitter'ın kişisel kullanım açısından bir incelemesini yapmak gerekirse aslında bahsedebileceğimiz en büyük avantajı demokratik bir ortam olmasıdır. Bu şu şekilde açıklanabilir; Binlerce kullanıcının olduğu ortamda her kullanıcı herhangi bir baskıya maruz kalmadan istediği kişi, ürün, hizmet ve olaylar karşısındaki duygu, düşünce ve eleştirilerine yayımlayabilmektedir.

Twitter'ın avantajları yukarıda açıklandığı gibidir. Ancak farklı bir açıdan bakmak gerekirse çok önemli dezavantajları da vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir;

Öncelikle; Yazılarda karakter limiti zaman zaman önemli sıkıntılar yaratmaktadır. Kullanıcılar belirtmek istedikleri şeyleri 140 karakterlik bir alana sığdırmak zorunda kalmakta bu da verilmek istenen düşüncenin amaçlandığı şekilde iletilmemesine ya da çok sığ bir şekilde aktarılmasına sebep olmaktadır. Yine resim, ses ve hareketli görüntü paylaşımındaki kısıtlamalarda benzer sıkıntılara yol açmaktadır.

Haber sektörü açısından bakıldığında çok fazla kullanıcının istediği şekilde içerik üretebilmesi ve içeriği kolaylıkla değiştirerek aktarabilmesi nedenleri ile bir anonim ortam doğmakta ve iletilerinin güvenilirliği sarsılabilmektedir. Ayrıca bir kişi kurum ya da kuruluşun hesabını çok fazla kişinin takip edebilmesi; takip edilenler açısından bir denetim zorluğu oluşturmaktadır. Bu kişiler çok fazla spam⁸ iletiye maruz kalabilmektedir.

Başka bir dezavantajda kullanıcıların özel hayatının yaptıkları paylaşımlar sebebi ile çok fazla ön planda olabilesidir. Özellikle bahsi geçen rol modellerin özel hayatlarının bu kadar ön planda olması kamuoyunda bu kişiler önemli bir etkiye sahip oldukları için yanlış yönlendirmeler ortaya çıkabilmektedir. Örnek vermek gerekirse; bir rol model olarak başbakanın Twitter'dan yapabileceği, açıklamada oluşan bir iletişim kazası toplumda yankısını kolaylıkla bulup şiddet olaylarına sebebiyet verebilir.

Yukarıda bahsedildiği üzere Twitter kuruluşu ile çok önemli değişiklikler yaratan avantajların yanı sıra toplumun genelinde gerek bireysel gerekse toplumsal düzeyde olumsuz etkileyebilecek dezavantajlara da sahiptir

⁸ İnternet üzerinde aynı mesajın yüksek sayıdaki kopyasının, bu tip bir mesajı alma talebinde bulunmamış kişilere, zorlayıcı nitelikte gönderilmesi de genelde SPAM olarak adlandırılır.



9. Eğilimler

Twitter'ın tarihsel gelişimi, bugünkü işleyiş koşullarına ve Twitter hakkında yapılan araştırmalara bakıldığında geleceğe dair iki önemli yönelim ortaya çıkmaktadır.

Bunlardan ilki Twitter'ın gelişen haber sektöründe sahip olduğu ve giderek daha da önemli bir hal alan statüsüdür. Twitter artık bir eğlence ve boş zaman etkinliklerinin yapıldığı bir ortam olmaktan giderek uzaklaşmaya başlamış bir haber ağı niteliği kazanmıştır. Gelecekte de bu haber sektörüne doğru ilerleyen kaymayı istikrarlı bir şekilde sürdüreceği bir makaleden alıntılanan aşağıdaki açıklamalardan gayet net bir biçimde anlaşılmaktadır.

Temmuz ayı Com Score verilerine göre 32.8 milyon kullanıcı Twitter'a akın etmiş. Her geçen gün daha çok kullanıcının inanılmaz sayıda tweetlerle gerçek-zamanlı olarak bu ağda yeni içerikler ve kişiler keşif etmek ve de anlamlı içerik tüketmek için cezbedilmesini sağlayan Twitter, sosyal bir ağ olarak çıktığı yola yapısı itibarıyla artık gerçek-zamanlı bir ağı ve yeni nesil bir CNN olarak (Twitter News Network-TNW) devam edeceği konusunda çok ciddi tahminler ve bulgular var.

Geçen yıl Twitter'ın kurucularından olan Biz Stone'nun da Twitter'ın artık bünyesinde yüzlerce haber kaynağını olabildiğince açık bir şekilde bulundurulmasından ve de haberlerin gerçek-zamanlı artmasından ötürü artık bir haber yayma hizmetine döndüğünü söylemesi de özellikle fütüristleri doğrular nitelikte.

İnsanların son bir iki yılda yaşanan olağanüstü olaylarda Twitter'a birden yüklenip kendi bilgi ve haberlerini de paylaşması ile beraber haberlenmenin kaynağının doğrudan Twitter'a kaydığını gösterir önemli bulgulardır.⁹

Twitter'ın günümüzde yavaş yavaş kullanılmaya başladığı, gelecekte de potansiyel olarak yoğun bir biçimde kullanılacağı bir diğer önemli alan da eğitimidir. Twitter'ın her zaman her yerden erişebilir yapısı, kolay içerik oluşturma imkânı, güçlü iletişim ve sosyal destek özelliğiyle cazip bir öğrenme ve öğretme ortamı olmaya başlamıştır (Gülbahar, Kalelioğlu ve Mardan,

⁹<http://www.e-siber.com/sosyal-medya/twitter-sosyal-bir-agdan-hizla-bir-haber-agina-dogru-donusuyor/>

2010; McLoughlin ve Lee, 2007). Bu cazib öğrenme ve öğretme imkanları Twitter'ı araştırmacıların önemli bir araştırma konusu haline getirmiştir.

Kroski (2008) Twitter gibi mikro-blogların kütüphanelerde okurlar ile iletişim ve etkileşimi artırmak için etkin birer araç olduklarını söylemiştir. Okurların takibi ve kütüphanedeki yeniliklerden haberdar edilmesi, Twitter ile daha kolay olabilmektedir. Bunun yanında okurlar kitaplar hakkında yorumlar yaparak derinlemesine tartışabilmektedirler.

Bu yukarıdaki açıklamadan da anlaşılacağı üzere Twitter'ın hızlı iletişim olanağı sağlaması öğrencilerin ve öğretmenlerin ders konularına ilişkin kaynaklardan daha çabuk haberdar olmalarını, bu kaynaklara daha çabuk ulaşmalarını sağlayarak eğitimdeki verimliliği arttırabileceği su götürmez bir gerçektir.

Sonuç itibariyle Twitter farklı özellikleri ile gelecekte eğitimin daha kaliteli bir hale getirilmesi ve verimliliğinin arttırılmasında önemli bir yere sahip olabilecek teknolojidir.

Son olarak Twitter'ın yeni medya üzerinde yarattığı ve giderek etkisi artan bir değişiklikte kişisel blogların yerini mikro-blogların almaya başlamasıdır.

Twitter'ın gelişimi ile yaygınlaşan mikro-blog mantığının, kişisel blogların yerini aldığı söylenebilir. Her ne kadar bunun nedenlerinden biri olarak, popüler Twitter kullanıcılarının yaşamlarını bu ortamdan paylaşımları gösterilebilirse de, mikro-blogların çok hızlı bir şekilde birçok insana ulaşmayı da sağlaması Twitter'ın yaygınlaşmasında önemli etkenlerden biridir. Twitter'ın yaygınlaşması ile, teknolojinin evrensel dili bir adım daha ilerlemiş görünmektedir. Özellikle teknoloji ortamında gerçekleşen günlük yazışma dilinin kısaltılması ve çeşitli sembollerin kullanılması tüm dünyada teknolojiye özgü bir dili doğurmuştur, ancak birçok toplumun kendi dillerinin sanal ortamlarda bozulmaması ve yanlış kullanılmaması için bilinçlendiği söylenebilir. Twitter'ın ortaya çıkması ile duygu ve düşüncelerin 140 karaktere sığdırılması, metinsel iletişimde bazı kaygıları da beraberinde getirmektedir, ancak yaşanan ve yaşanacak tüm bu değişimlerin toplum tarafından bir dönüşüm sürecinde değerlendirileceği ve kendi içinde şekil alacağı söylenebilir. Kroski (2008)

Yukarıdaki açıklamadan da anlaşılacağı üzere Twitter yeni medya alanında devrim niteliğinde değişiklikler yaratma potansiyeline sahiptir.



Kaynakça

- Atıcı, B. ve Yıldırım, S. (2010). *Web 2.0 uygulamalarının e-öğrenmeye etkisi*. Akademik Bilişim '10. XII. Akademik Bilişim Konferans Bildirileri, 10-12 Şubat 2010, Muğla Üniversitesi. Ekim 7, 2011
- Greenhow, C. (2009). *Tapping the wealth of social networks for professional development*. Learning & Leading with Technology, 36(8), 10-11.
- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F. ve Madran, O. (2010). *Sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı. XV. "Türkiye'de İnternet" Konferansı Bildirileri*. Ekim 7, 2011 tarihinde http://orcun.madran.net/yayinlar/sosyal_aglarin_egitim_amacli_kullanimi.pdf adresinden alınmıştır.
- Kroski, E. (2008). *All a Twitter: Want to try microblogging?*. School Library Journal, 54 (7), 31-35. tarihinde <http://ab.org.tr/ab10/bildiri/118.doc> adresinden alınmıştır.
- Selwyn, N. (2007). *Web 2.0 applications as alternative environments for informal learning - a critical review*. CERI-KERIS International Expert Meeting on ICT and Educational Performance, Cheju National University, South Korea. Ekim 7, 2011 tarihinde <http://www.oecd.org/dataoecd/32/3/39458556.pdf> adresinden alınmıştır.
- Nisan,2012 tarihinde <http://www.e-siber.com/sosyal-medya/twitter-sosyal-bir-agdan-hizla-bir-haber-agina-dogru-donusuyor/> adresinden alınmıştır.
- Nisan,2012 http://www.ajesi.anadolu.edu.tr/articles/AJESI_2_1/AJESI_2_1_Article_6.pdf adresinden alınmıştır.
- Nisan,2012 <http://twictionary.pbworks.com/w/page/22547584/FrontPage> adresinden alınmıştır.
- Nisan,2012 <http://www.140characters.com/2009/01/30/how-twitter-was-born/> adresinden alınmıştır.
- Nisan,2012 <https://twitter.com/#!/jack/statuses/5383980> adresinden alınmıştır.



Mayıs,2012

*http://webtrends.about.com/od/twitter/a/why_twitter_uses_for_twitter.htm
adresinden alınmıştır.*

Mayıs,2012 *<http://mashable.com/2010/09/14/twitter-multimedia/> adresinden
alınmıştır.*

Mayıs,2012 *<http://mashable.com/2010/07/26/tweet-media/> adresinden alınmıştır.*

Mayıs,2012 *[http://www.twitter-tr.net/twitteri-bir-cok-amac-icin-
kullanabiliyorsunuz.html](http://www.twitter-tr.net/twitteri-bir-cok-amac-icin-kullanabiliyorsunuz.html) adresinden alınmıştır.*

Mayıs,2012 *[http://www.habervesaire.com/news/gazetecilere-sorduk-neden-twitter-
1823.html](http://www.habervesaire.com/news/gazetecilere-sorduk-neden-twitter-1823.html) adresinden alınmıştır.*

Mayıs,2012 *[http://www.brandonsheley.org/advantages-disadvantages-twitter-
internet-marketing/](http://www.brandonsheley.org/advantages-disadvantages-twitter-internet-marketing/)adresinden alınmıştır.*

