

Internet Üzerinde Sınırsız Sorumsuzluk Uygulaması Sosyal Ağlar; Yeni Mecranın Matematiği

Zafer BABÜR¹,

Web sitenize kişilerin her daim uğramaları ancak güncel, anlık ve merak uyandıran içerik sağlanarak yapılabilir. Bunu da ücretsiz olarak gerçekleştirmek, kişilerin kendileri ve tanışları hakkında dedikodu ve merak uyandıracak paragraflar yazması ile olabilirdi. Web sitenizde herkese uygulama yazdırıp, bilahare kendi uygulamalarınızı da bunların üzerine inşa eder, ardından onların verilerini, bilgiye dönüştürüp kurumlara satabilirsiniz... Ya da varlıkları belli değerler üzerindeki girebileceği sanal club oluşturarak onların ihtiyaçlarını kendi içlerinde sağlamalarını yapabilirsiniz. Yani yüzyılın ticaret modeli "Internet ortamında Sosyal Ağlar üzerinden ticaret ve reklam..."

"Dinleyicinin ilgisini çekmek zorundayız! Tıpkı gazete okuyucusu gibi, reklam gelirine bel bağlamadan önce. Bunun da anlamı işimizin asıl sorunu; dinleyen yaratmak, bu dinleyenleri kaybetmemek ve onların ilgisini daim kılmaktır"
W. Paley, Radio as A Cultural Force, 1934

1920'lerde Amerika Birleşik devletlerinde "World Wide Wireless" kısaca WWW diye bilinen bir çılgınlık yaşıyor ve her tarafta radyolar açılıyordu. RCA logosunda bile WWW yeralıyordu. Gelir kalemi olarak düşünülen tek kaynak reklamlardı. Binleri bulan radyo istasyonları mantar gibi çoğalıyordu. Kiliselerde toplanıp vaaz dinleyenler, aile efradına kitap okuyanlar artık evlerde toplanıp her beraber radyo dinliyorlardı. Kısa zaman sonra radyolar birleşti ve ulusal kanallar oluşturuldu ve reklamlar ulusal markaların tanınmasına neden oldu. Radyoların izlediği modeli TV istasyonları da izledi, yerel kanallar ardından ulusal kanallar tüketim yerelden ulusala hatta dünya markalarına yöneldi. Şimdi ise Dünya artık bulunduğu yerde üret, bulunduğu yerde tüketmeye dönüyor. Küçük ve orta ölçekli işletmelere ilgi artıyor.

Geçmişe dönüp baktığımızda aşiret çocuğu olmak, cemiyet azası olup onun rozetini taşımak kişiye aidiyet duygusu yaşıtıyordu. Anadolu'nun bir şehrinin bir kazasının bir köyünün fertlerinin İstanbul'daki dayanışma derneğinin üyesi olduklarında en azında bir toplulukta biliniyorlardı. Oysa şimdi e-mail adresiniz yoksa, sanal bir mahallenin (ya da köyün) ya da teşkilatın (social network) parçası değilseniz farklı algılanıyorsunuz. Mahalledeki oyunlara katılmanız, düzenli olarak sanal mahalleyi ziyaret etmeniz gerekiyor.

Sosyolojik açıdan bakıldığında karşılaşmalar, tanışlar oluşturmak için güzel bir ortam zira; tanışmanızın tanışısı, tanışınız olabilir, aynı mekanlara üye olanlarla sanal arkadaşlık tesis edebilir, hatta burada resmini gördüğünüz, profilinden bazı özelliklerinden hoşlandığınız kişilere hiç de yüzünüz kızarmadan "tanışalım" diye teklif edebilirsiniz.

¹ Zafer BABÜR

İş Geliştirme Md. Eczacıbaşı Bilişim Büyükdere Cad. Ali Kaya Sok. No 7 Levent, İSTANBUL

Psikolojik açıdan ise ağlar tiryakilik boyutuna kadar varabilir, sizin daha önce zamanınızın bir bölümünü ayırdığınız işleri yapmamanıza neden olabilir. Geçmişte madde bağımlılığın konusunda danışmanlık veren Psikolojik danışmanlık verenler artık Internet bağımlılığı , konusunda danışmanlık vermeye başladılar.

Emniyet açısından ise kimin kim olduğunun bilinmediği bir ortamda emniyet kurallarını bilmeyen biri birçok verisini umuma açabilir (ağların kimileri belli dereceye kadar mahremiyet sağlayabiliyor)

Reklam mecrası açısından ise bu mecra yeni ve farklı, dolayısı ile “mass customization” üretimin benzeri bir tanıtımı biçimi ile çalışıyor olacağız. Artık bir stream video reklamın sadece birkaç versiyonu değil, binlerce versiyonu olacak. Kişiyeye özel reklam devri size benzerler için reklamlar. Sanal zeka uygulamaları ile tümleşik tanıtım algoritmaları kullanıma girecek. Arkadaşınızın ne yaptığını, nerede tatile gittiğini, hangi kitapları satın aldığını eğer bu sistem üzerinden alışveriş yaptıysa merak etseniz etmeseniz de şirketlerin size gelen otomatik tavsiye iletileri ile bileceksiniz.

Üstelik bu sanal köylerin kendi aralarında bir de sınıfsal farkları oluştu. Örneğin; MySpace, FaceBook ve A Small World. MySpace e-maili olan herkese açık, ama uygulamaları kendi grubunca geliştirilen bir yerken, FaceBook başlangıçta sadece harvard.edu adresine sahip öğrencilerin kabul olduğu, sonrasında sadece .edu mail adresi olanların kabul olduğu bir klandan, cemiyetten bilahare bilahare mail adresi olan herkese açık bir ortam hakine gelmesi ile MS ve FB arasındaki doğuştan gelen sınıf farkını ABD liselerinde yokolmasını sağlayamadı. Türkiye’de ise böylesi bir sınıflandırma oluşmadığı söyleniyor.

Tüm bunlardan sonra ne kadar güvendedeyiz? Dönülmez akşamın ufkunda mıyız? Nereye kadar şahsi bilgilerimizi vermeliyiz, yoksa vermemeli miyiz? Verileri sağladığımız zaman tamamen açık bir toplum ve açık nesile doğru bir gelişme sağlayabilir miyiz? Ama bu sistemi suistimal edenler “çıplak nesil” kavramını kendi kötü emellere alet ederler mi? Ederlerse toplumsal sonuçları ne olur?

Altmışlı Yıllardan Günümüze Tanışıklıklar...

MIT de yapılan bir çalışmaya göre dünyadaki herhangi bir kişiye 6 zıplama’dan sonra ulaşılabilir. Zira her bir birey bir türlü bir networkün parçasıdır ve networklerde hep birilerini bilen başka birileri olur.

Sosyalleşme tanışıklıkları getirir; bunun için cami, köy meydanı, çeşme başı hamam, kahvehane, kırathane Doğu toplumlarında kullanılırken, kilise, dancing, disco, deniz banyosu, bar da batı toplumlarında tanışma yerleriydi. Okul da doğal karşılaşmaların yeri idi. Bunun dışında mektup arkadaşlıkları sistemini kuran International Pen Friends (IPF) money order ile çalışan gençlere adres değış-tokuşu sağlayan bir sistemdi. Gelir modeli bireylerden alınan bir defalık kayıt bedelinden besleniyordu.

Seksenli yıllara gelindiğinde bilgisayarlaşma ile beraber Bulletin Board Systems (BBS) gelişmiş ve buralarda ücretsiz/ücretli “text” arkadaşlıkları başlamıştı. Yine bu dönemde farklı konuların tartışıldığı ListServ’lere üye olunuyor ve sürekli ya da arasıra yazan “aktif üyeler” ın yanısıra dinleme modunda olan, yazacak konusu olmayan ama konu ile ilgisi olanların “pasif üyeler” toplandığı yerler Internet üzerinde oluşmaya başladı. Tartışma grupları gelişen teknoloji ve kullanımın yönlendirmesi ile gelişti, özgün alt gruplar oluşmaya başladı.

Internet Üzerinde Sınırsız Sorumsuzluk Sosyal Ağlar; Yeni Mecranın Matematiği Z. Babür

Tartışılan konu çok özgün olunca başka bir bölüm açılabilirdi. Örneğin Soc.cult.mideast de Türkiye konusunda tartışmalar yoğunlaşınca sadece Türkiye için soc.cult.turkish adı altında bir grup açılmıştı. TSA_L ise Güney Kalifornia Üniversitesinde tutulan bir server olup Türk öğrencilerin sorunları, Türkiye için çözümler üretilen bir ortam olmuştu. Abonelik sistemi ile çalışıyordu, başlangıçta Türkiye'nin sorunlarını tartışan bir grup iken grup ikiye ayrılmış dini açıdan bakanlar, milliyetçi cepheden bakanlar, sosyalist olgular olarak değerlendirilenler olarak gelişen tartışmalar TSA-L den farklı alt grupların açılmasına yol açmıştı.

İnternet'in yaygınlaşması ile e-groups larda teknik, sosyal konularda gruplar açılmaya başladıktan kısa süre sonra grup Yahoo! tarafından satın alındı ve Yahoo Groups olarak yürümeye devam etti. America Online (AOL) mesajlaşma sisemi, ICQ gibi sistemler sayesinde insanlar uzun uzun yazmak yerine kısa kodlarla yazmaya başladılar. Noktalama işaretleri ile sevgi, nefret gibi ifadeler gösterilirken üç-dört harfli kısaltmalar ise cümle yazmaktan üşenenler tarafından tercih edilir olmuştu. Kısa bir süre sonra MSN ICQ nun yerini almış ve bir önceki dalga kırılmıştı.

Artık birçok kişinin maili vardı, şirket değiştikçe mail değişiyordu, bir kişinin birden fazla mail adresi vardı işler karışıyordu kişinin kendi kartvizitlerini tutmak ve güncel kalmasını sağlamak için yazılımlar üretildi. Plaxo, Hi5 vs. Üye olduktan sonra da diğer üyeleri araştırabiliyordunuz. Telefon numaralarını içeren Altın Sayfalar (Yellow Pages) internete ortamında kendine uygun bir alan bulmuştu.

Yukarıdaki ağlar kişiler için çalışırken, iş dünyasındakiler içinde Ryze, LinkedIN vb ağlar gelişmeye başlamıştı bir an. Konulara ve katılımcıların yaşlarına göre farklı gruplar ortaya çıkıyordu. Classmate ile sınıf arkadaşları bulunabiliyordu. PeopleFinder artık mezun olmuş insanların nerede olduğunu da söylüyordu.

MySpace lise öğrencileri arasında popüler olurken, Facebook üniversitelilerin tercihi idi. MySpace 2003 yılında kurulduğunda 20/30 yaşların kullanımını içindi ve zaman içinde kullanım zamanla düştü ve 2005'de Rupert Murdoch tarafından satın alındıktan sonra Microsoft FaceBook'un 1.5% ine 240 milyon USD verebildi Şirketin değeri bir anda 15 milyar USD ye ulaşmıştı. Her geçen gün kullanıcı sayısı artan FaceBook 2004 yılında sadece Harvard üniversitesi öğrencileri için açılmışken, ABD de üniversitelere girmek isteyen öğrenciler arasında "cool thing" olurken, Türkiye'de her hafta 100,000 yeni katılımcısı ile Kasım ayına gelindiğinde 900,00 üyeye ulaşmıştı. Mondus ve Yonja Türkiye'de benzeri hizmetleri verdikleri halde FaceBook kadar yazılı basında yeralamamıştı. Türkiye için abone sayıları FaceBook'tan daha fazla idi, craigslist benzeri ücretsiz listesi olmasına karşın, gençler tarafından başlangıçta hayli kullanılmasına ve "Helen Hanım" ın basında onunla anılmasına rağmen bu denli rağbet göremedi. Çünkü FaceBook daki gibi çocuksu oyunları yoktu. FB de "ebemi de bulucam FB' Allahın izniyle", "erken kalkmak yasaklansın", "FB nin ince tuzaklarına düşmeyin", "Over 45 yet in FB", "kebab severler derneği" gibi gruplar oluşturmak hayli kolaydı. En fazla kullanılan uygulamalar içinde ise "Nuri Alço" kasım 2007 itibari ile 4 numarada idi bu da bireylere eğlence ortamı sağlıyor. FB uygulamalarını yazan yazılım firmaları içinde Slide, FaceBook, RockYou, iLike, Flixster milyonun üzerinde kullanıcısı varken geriye kalan 7000+ uygulamanın ise kullanıcı sayıları uzun bir kuyruk (long tail) oluşturuyorlardı. Anılan yazılım şirketlerinin Top Friends, FunWall, Super Wall, SuperPoke Video gibi oyunları en fazla kullanım alanı bulan uygulamalar oldu.

Boyd'un makalesinde belirttiği üzere Amerikan ordusu MySpace kullanımını askeri ağ içinde kullanımını yasaklarken henüz FaceBook yasaklanmış durumda değil ve askerler MySpace'i kullanırken subaylar ise FaceBook kullanıyorlar. MySpace askerleri; savaş yanlısı, islam

karşıtı, öldürme yanlısı ve xenofobik olarak bu araştırmada görünürken bunun asker alımına negatif etkileri olup olamayacağını sorguluyor. (Ref:Danah BOYD "Viewing American class divisions through Facebook and MySpace ." *Apophenia Blog Essay*. June 24, 2007 .)

A Small World (aSW) ise 150,00 üyesi ile daha çok Avrupa'da yaygın (65%) olarak kullanılan ve üyelerinin sadece 8% inin yeni üye davet etme yetkisinin olduğu bu özel sistede daha farklı kişiler, ünlü mankenler, işadamları kişiler vardı. Burada motor üzerinde ya da bikinisi ile bir kız resmi göremeyeceğiniz bu sitede de yaş ortalaması 30+ civarlarında. Üyelerin tatil anılarının yer aldığı deneyimlerini paylaştıkları bu yerde, gittiğiniz dış doktorunu, yemek yediğiniz lokantayı yazabiliyorsunuz. Sitenin kurallarını ihlal ettiğinizde ise buradan çıkartılıp "A Big World" e intikal ettiriliyorsunuz. Burada diğerlerinde olduğu gibi bir hakem heyeti yok. Yani siz ne yazarsanız o doğrudur. Sizin yazdıklarınıza da sizin arkadaşlarınız inanır.

Buna karşılık reklamsız, kapalı toplum ve 250 USD/yıl üyelik aidatı ile çalışan üyelerinin net varlıklarının en azından milyon USD olması gereken sosyal ağlar da var.

Böylesi networkleri keşfeden istihbarat servisleri de benzeri servisleri kendileri için kurguladılar. A-Space sadece bunlardan sadece biri.

.Kısaca; önce pasif okuyucu olanlar şimdi "aktif yazar" oldular. Ev hanımları dahil herkes yazıyor, kimisi yemek tarifi, kimisi yaşadıklarını, kimisi duyduklarını kimisi ise teknik olarak öğrendiklerini. Hayatından memnun olmayanlar SecondLife da kendileine bir avatar yarattılar ve onu yaşattılar. Second Life da gerçek şirketler adalar,, yerler alıp burada ürünlerini pazarlamaya koyuldular resimler, videolar artık internet üzerinde oldu.

Sosyal Ağların Kurumlara Hitabeden Temelleri...

Kurumlar ticari oluşumlardır ve insanlara ürettiklerini satmak zorundalar, bunu da yaparken insanların bunu büyük bir memnuniyetle yapmaları gerekiyor. Kurumların bu işlevi olduğunu bilen bireyler de bir ürün alırken tanış, arkadaş tavsiyesine güveniyorlar. Sanal ağlarda kişilerin nereye gittiği, ne yaptığı, neler okuduğu, hangi filmleri sevdiği ya da seyrettiği gibi bir çok veri yeralıyor. Sosyal ağlar üzerinde yeralan gruplarda da bazıları hayli aktif sürekli yazıyorlar, o yazmazsa kimse ona yanıt vermiyor. Ya da yeni bir konu başlatmıyor. Dolayısı ile bu merkezde yeralan, grubun ilahının görüşleri grubun diğer üyeleri için önemli hale geliyor. Marjinaler, köprü görevi ifa edenler gibi birçok sınıfa ayrılan kullanıcılar kurumlar için herbirinin ayrı değeri var. Sosyal ağlarda bireylerin sayısal değerleri ise bireyin diğerlerini arama sıklığı-süresi, başkalarının o bireyi arama sıklığı-süresi (frekans-süre) ile hesaplanıyor ve buna göre pazarlama taktikleri geliştiriliyor. Bu gibi uygulamalar yapa zeka uygulamaları ile desteklenip buna göre ürünler/reklamlar konumlandırılıyor. Örneğin A grubunda yeralan bir kişinin "a" kitabını satın almasını takiben networkündeki arkadaşlarına bu alınan kitabın tanıtımı gönderiliyor. Ya da A firmasının takılarını üzerinde gösteren resmini yayınlayan kullanıcı bu takıların bu resimlere tıklanarak satın alınması ile satış cirosu üzerinden % bir kazanç sağlıyor.

Sosyal Ağların Gelir ve Reklam Modelleri

Sosyal ağlarda ürün, hizmet, reklam ve sponsorluk olarak gelir modelleri klasik anlamda varolsa da yeni mecranın gelir modeli mekaniğinde farklılıklar geliyor. Reklam geliri CPM üzerinden satılırken Google modeli AdSense de sosyal ağlarda uygulama alanı bulacaktır. E-bay gibi ilk ürün ya da ikinci ürün müzayede ve craigslist ikinci el ürünlerin satıldığı yerler sosyal ağlarda geliştirilecek

2006-2007 arasında 18-24 yaşları arasında Sosyal Ağlardaki insanların dağılım yüzdesi 35% den 25% e inerken, 35 yaş üzerinin toplam kullanıcılara oranı 35% den 46% e çıkarken, Jeep “Yes I own a Jeep Wrangler and waive to other wranglers” grubunun maddi destekçisi olurken, “Victoria’s Secret Pink Campaign” farklı bir kullanım şekli oldu. CocaCola, General Motors, Sony, NBA Sosyal Ağlarda reklam veren ilk şirketler olarak yerlerini aldı. Türkiyeden küçük şirketlerin yanısıra Temsa gibi grupların reklamları Türkiye’dekilere gösterime girdi. “Tasdix Kullanıcıları” ise internet üzerinde fikir ve sanat eserleri oluşturanların kullandıkları ”Tasdix” discussion board, wall vb uygulamalar ile kullanıcıların deneyimlerini paylaştıkları bir alan oldu. Sezen Aksu gibi ünlülerin hayranlarına ulaşması için yeni bir ortam sağlarken, yeni şarkıların hayranlara ulaştırılması için alternatif kanal oluşturuyor. Küçük ve orta ölçekli üreticiler ise kendi ürünlerini çok daha ucuza ilgili segmente sunabiliyor, üstelik bunu yapabilmek için sadece belli ölçülerde flyer yaptırabilmeleri yetiyor. Zira kredi kartı kullanarak istenilen profildeki kişilerin “home page” lerinde gösterilebiliyor.

Sonuç:

Sözün yerini kil tablet, kil tabletin yerini papirüs, papirüsün yerini parşömen, parşömenin yerini kağıt aldı. Kağıdın tahtını ise bilgisayarlar ve bilahare Internet almaya çalışırken, tanışıklıklar da sanallaşmaya başladı. Sanal ortamda başlayıp sanal ortamda biten tanışıklıklar, bazen hayat arkadaşlığına bile vardı. Tüketim aracı olarak da hayatta yerini alan bilgisayar ve internet reklam mecrası olarak gelişimini sürdürdü.

Sosyal Ağlar sayesinde; kişi kişisel bilgilerini sisteme girecek (bu bilgilerin ne kadarı ne derece doğru?), arkadaşları ile olan ilişkileri, kullandıkları uygulamalar, satın aldıkları kitap ve müzik parçaları, dahil oldukları sanal topluluklar sürekli veritabanlarında biriktirilecek ve bunların analizini yapıp pazarlayan şirket kişiye özgün tanıtımlar yaparak ürünlerini satacak. Tagging sayesinde kişilerin resimleri üzerindeki elbise, takı vb aksesuarlar kişilerin üzerinden e-ticaret sitelerine bağlanarak satılabilecek. Sosyal Ağlarda yakında şirketler/ürünler sanal kişilik gibi gösterilecek ve kurumlar ürün severlerini kendi gruplarına dahil edip bunlara düzenli gönderim/tanıtım yapacaklar. Sanatçıların kendi hayranlarına ulaşması için de bir ortam oluşturacak olan sanal ağlar sayesinde müzik şirketleri yeni çıkan parçaları hayranlara buradan ulaştırıp satabilecek. Yazarlar; makale, roman gibi denemelerini buralarda gerçekleştirebileceklerdir. Sosyal ağlar “tupperware party” satış şeklinin internet sürümü olacak.

FaceBook modeli hala programcılara platform sunsa da en fazla üyesi olan uygulamalar FB tarafından üretilecek ya da yazılımlar ederlerinin epey altında FB tarafından alınacak ve buradan gelen gelir FB ye ait olacak. FB de halen uygulamacılar tarafından geliştirilen uygulamaların üzerinde FB nin herhangi bir kalite kontrol mekanizması mevcut olmadığından kötü niyetli kullanım burada da kısa zamanda yerini alacak Cross-Site Scrpiting, Cross-Site Request Forgery, Dynamic Code Obfuscation, key logger, worms (Samy worm, Yamaner worm vb), injected malicious code sayesinde bilgisayarlar hasara uğrayabilir.

Başlangıçtan bu yana her türlü ortamda cinsellik yerini alırken, burada da farklı olamayacak. Kontrolün olmadığı bir ortam olarak gelişecek olan bu yerler kurumlar ve çocuklar için bir tehlike olarak algılanacak, geliştirecek olan uygulamalarla kurumlar ve aileler koruyucu yazılımlar kullanmaya başlayacak.

EK: Moda Sosyal Ağlardan bir kaç örnek

MySpace: www.myspace.com

Özellikle lise gençlerine yönelik olarak ve her işlevin ücretsiz olarak çalıştığı bir yer olarak tasarlanan web sitesine istediğiniz verileri yerleştiriyorsunuz. Albümlerinizi oluşturup, kendi video ve ses kayıtlarınızı ekliyorsunuz. Özellikle genç müzisyenlerin hayli severek kullandıkları bu yerde kendinizi sınamış oluyorsunuz. Gmail, Yahoo, Hotmail ve AOL mail adreslerinizi sisteme yükleyip buradan listelerinizi oluşturabiliyorsunuz. Sınıf arkadaşlarını arayabiliyor, blog tutabiliyor, chat yapabiliyorsunuz. Sınıf öğretmenlerinize de burada kıymet biçebiliyorsunuz. MySpaceTV, Muzik, Comedy, ilanlar ve kendi MySpaceIM kısmı ile MySpace öğrencilerin buluşma mekanı olma özelliğini koruyor.

FaceBook: www.facebook.com

Her mail adresi olanın üye olduğu bu ağ sayesinde tanışlarınıza ulaşabiliyor ve onlarla online oyunlar oynayabiliyorsunuz. Online oyunları yazanlar da FaceBook çalışanları değil, dışarıdaki yazılım firmaları kazançları ise sizin onların oyununu oynamanızla beraber sizin erişim bilgilerinize ulaşabiliyor olmaları. Kendi bilgilerinizi sisteme girerken ülke, politika, din seçimlerinizi de yazabiliyorsunuz. Erişim bilgilerinizin bir kısmını kilitleyip sadece kendinizin görmesini sağlarken, arkadaşlık, flört, evlilik, teşkilat oluşturmak gibi hedeflerden bir ya da birkaçını seçebiliyorsunuz. Yaptığınız etkinlikler, ilgi alanlarınız, sevdiğiniz müzik, TV dizisi, film, özlü sözü yazabiliyor, kendinizi birkaç cümle ile tanıtabiliyorsunuz. Eğitim için gittiğiniz üniversite ve liseleri buradan ekliyebiliyorsunuz. Eğer o okullardan geçerli bir e-mail adresinizi varsa bunu da eklediğinizde o okul networküne otomatik dahil oluyorsunuz. Çalıştığımız iş yerleri olarak ise en fazla 5 işyerini yazabiliyorsunuz. 4 MB a kadar büyüklükte bir fotoğrafınızı da home page'e ekleyebiliyorsunuz. Tüm bunlardan sonra home page de nelerin nasıl görünmesini ayarlayabiliyorsunuz. Home page in en üst sınırdan kalan status satırını güncellenmeniz ile beraber tüm arkadaşlarınıza statunuzu güncellediğiniz dair bir mail iletisi gidiyor. 7000+ uygulamadan istediğinizi seçiyor ve arkadaşlarınızı da bu uygulamaya davet ediyor burada oynuyorsunuz. Size gönderilen mesajlar bir link olarak e-mailinize geldiğinden asıl mesajı okumak için facebook'a girip Inbox dan mesajlarınızı okumanız gerekiyor ki bu da sizin sayfanızda çıkan reklam bannerini zorunlu olarak görmenizi sağlıyor. Privacy seçeneği altındaki ayarlarla kimin neyi ne kadar görebileceğini ayarlayabilseniz de bazı özellikler var ki bunları kesinlikle kapatamıyorsunuz. Mamafih istediğiniz kişilerin mail adreslerini teker, teker girerek bunların sizi hiç görmemelerini (block list) ya da sadece sizin limited profile'nızı görmesini (Limited Profile List) sağlayabiliyorsunuz. Uygulama geliştiriciler için geliştirme platformu sunan FaceBook uygulamacıların kendi uygulamalarında ilan almasını ama canvas page denilen yerdeki ilanların kendisine bırakılmasını istiyor.

Ryze: www.ryze.com

Kendisini "Business Networking" ortamı olarak tanıtan Ryze Outlook, Outlook Express ve MSN deki adreslerinize bağlanıp adres defterinizdeki kişilere şahsi mesajınızı da ekleyerek davet edebiliyorsunuz. Şahsi profilinizde e-posta adresi, erişim bilgileri, resim, doğum tarihi yeri, cinsiyet, şahsi web sayfanız ve blog sayfanızı, şirketinizin web sayfasını ekleyebiliyorsunuz. Hangi tarihler arasında, hangi sektördeki şirketlerde çalıştığımız bilgileri ekleyebiliyorsunuz. Yer yetmediğinde yeni kayıt açabiliyorsunuz. Eğitim bilgilerinde sadece iki üniversite yazabildiğiniz için BS, MS, PhD farklı üniversitelerde ya da birden fazla konuda birkaç üniversitede okuduysanız yer yetmiyor

Ryze home page'inizde "have" ve "want" ile networkünüzdekilere ne yapmak istediğinizi iletebiliyorsunuz. Kendi sayfanızı düzenlemek isterseniz HTM olarak yazabilir, ya da ücretli abonelik ile edinebileceğiniz web page editor ile sayfanızı kendinize göre düzenleyebilirsiniz. Basic, Gold ve Platinum olarak üçe ayrılan üyelik planlarında basic hizmet ücretsiz iken, Gold 10 USD/ay, Platinum ise 20 USD/ay olarak ödenebileceği gibi yıllık olarak alındığında \$100 PayPal Sene Gold için, \$200 PayPal Sene ise Platinum için talep ediliyor. Networke dahil olmak, tanışların tanışlarına ulaşmak ücretsiz iken, iki hopdan sonraki kişilere ulaşmak için Gold üyeleri 25 USD/ay, Platin üyeleri ise 50 USD/ay ödemesi gerekiyor. Ryze etkinlikleri olarak planlanan dış mekanlardaki eğlencelere girişte ise gold ve platin üyelere indirim sağlanıyor.

Friends sayfasında sizin davetinizi kabul edenlerin listesini isimlere göre sıralı bulabilir buradan onların sayfasına gidebilir ve onları inceleyebilir ya da listenizden çıkartabilirsiniz. İsteddiğiniz kişilerin adreslerini yazıp bunların size ulaşmasını engelleyebilirsiniz. Sunum, Konferans ve benzeri etkinlikleri girip kişilere RSVP gönderebileceğiniz bir özellik kimlerin davetinize katılacağını görebilir, etkinliğinizin tanıtımını yapabilirsiniz. İlanlar (Classifieds) sekmesinde iş ve işçi, emlak ve diğer olarak ayrılmış kısımlarda ilan verebilir, ya da buradaki ilanlara başvuruda bulunabilirsiniz.

LinkedIN: www.linkedin.com

"Business Networking" ortamı olarak bilinen LinkedIN'e Yahoo, Gmail, Hotmail, Outlook üzerinden adreslerinizi gönderebileceğiniz gibi bir başka ortamda hazırlanmış adres listenizi de gönderebiliyorsunuz. Adreslerine davetiye gönderdiğiniz kişilerden 5 kişi sizi "I dont know the person" diye işaretlerse bir daha kimseyi davet edemiyorsunuz. Kendiniz ile ilgili temel verileri doldurduğunuz sayfada mevcut işyeriniz ve işiniz, önceki işleriniz, eğitiminiz, blog siteniz, web siteniz ve makalelerinizin yer aldığı siteyi yayınlatabilirsiniz. Bu sayfanın linkini tanışlarınıza kendi cv'nizin bir özeti olarak gönderebiliyorsunuz.

Orkut: www.orkut.com

Gmail hesabınızla giriş yapabildiğiniz, Güney Amerika ve Asya bölgesinde hayli yaygın olan bu arkadaşlık grubu Google'un arkabahçesi ve kendinizi sisteme tanıtırken konuştuğunuz dillerin hepsini gösterebiliyorsunuz üniversite sadece bir tane ekliyebiliyorsunuz. Video ve resim sınırlaması olmayan bir yer sunan Orkut; okul, aile ve iş arkadaşları için ayrı gruplamalar sunuyor. GoogleTalk sayesinde güncellemeleri anında Instant Message olarak alabiliyorsunuz. Scrapbook uygulaması sayesinde dileyen sanal defterinize istediğini yazıyor. 18-25 arasındaki kullanıcıların oranı genelinin %61 ini oluştururken kullanıcıların %53 ü Brezilya'dan %18 i ABD den %16 si Hindistan'dan...

Kaynak:

1. <http://credibilityserver.stanford.edu/captology/facebook/>
2. *Sınırsız Sorumsuzluk: Dursun Aktaş'ın ile Sosyal Ağlar üzerine söyleşi 10. 2007*
3. Danah BOYD "Viewing American class divisions through Facebook and MySpace ." *Apophenia Blog Essay*. Haziran 24, 2007
4. <http://zaferbabur.blogspot.com/2007/10/sosyal-aglar-social-network.htm>
5. www.asmallworld.net
6. www.linkedin.com
7. www.orkut.com
8. www.myspace.com
9. www.ryze.com
10. www.plaxo.com
11. www.hi5.com
12. www.firendster.com

13. www.ning.com
14. www.yonja.com
15. www.tribe.com
16. www.buzznet.com
17. www.meetup.com
18. www.MyYearBook.com
19. www.classmate.com
20. www.wallop.com
21. www.mingle.com