

# Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı

Prof. Dr. Suzan Duygu BEDİR ERIŐTİ

7. Baskı





Prof. Dr. Suzan Duygu BEDİR ERIŐTİ

## YENİ MEDYA VE GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI

ISBN 978-605-318-691-5

Kitap içeriğinin tüm sorumluluđu yazarlarına aittir.

© 2022, PEGEM AKADEMI

Bu kitabın basım, yayım ve satıő hakları Pegem Akademi Yay. Eđt. Dan. Hizm. Tic. AŐ'ye aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri, kapak tasarımı; mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ya da başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz ve dağıtılamaz. Bu kitap, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır. Okuyucularımızın bandrolü olmayan kitaplar hakkında yayınevimize bilgi vermesini ve bandrolsüz yayınları satın almamasını diliyoruz.

Pegem Akademi Yayıncılık, 1998 yılından bugüne uluslararası düzeyde düzenli faaliyet yürüten **uluslararası akademik bir yayınevi**dir. Yayımladığı kitaplar; Yükseköđretim Kurulunca tanınan yükseköğretim kurumlarının kataloglarında yer almaktadır. Dünyadaki en büyük çevrimiçi kamu erişim kataloğu olan **WorldCat** ve ayrıca Türkiye'de kurulan **Turcademy.com** tarafından yayınları taranmaktadır, indekslenmektedir. Aynı alanda farklı yazarlara ait 1000'in üzerinde yayını bulunmaktadır. Pegem Akademi Yayınları ile ilgili detaylı bilgilere <http://pegem.net> adresinden ulaőılabilmektedir.

1. Baskı: Kasım 2016, Ankara

7. Baskı: Kasım 2022, Ankara

Yayın-Proje: Ferdi Akkaya

Dizgi-Grafik Tasarım: Müge Kuyrukcu

Kapak Tasarımı: Pegem Akademi

Baskı: Ay-bay Kırtasiye İnőaat Gıda Pazarlama ve Ticaret Ltd. Őti.

Őetin Emeę Bulvarı 1314. Cadde No: 37A-B ankaya/ANKARA

Tel: (0312) 472 58 55

Yayıncı Sertifika No: 51818

Matbaa Sertifika No: 46661

### İletişim

Macun Mah. 204. Cad. No: 141/A-33 Yenimahalle/ANKARA

Yayınevi: 0312 430 67 50

Dağıtım: 0312 434 54 24

Hazırlık Kursları: 0312 419 05 60

İnternet: [www.pegem.net](http://www.pegem.net)

E-ileti: [pegem@pegem.net](mailto:pegem@pegem.net)

WhatsApp Hattı: 0538 594 92 40

## YEDİNCİ BASKIYA ÖN SÖZ

*Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı* kitabının ilk baskısı 2016 yılı Kasım ayında, görsel iletişim tasarımı sürecini yeni medya teknolojileri ile ilintili değişim ve dönüşümler çerçevesinde geniş bir bakış açısı ile sorgulamaya dayalı yaklaşımlara dikkat çekmek amacıyla hazırlanmıştır.

*Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı* kitabının birinci ve ikinci baskısı 3 bölüm olarak yayınlanmıştır. Bu bölümlerden ‘Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı Süreci’, yeni medya kavramını ve görsel iletişimin bileşenlerini açıklamakta ve ilişkilendirmektedir. İkinci bölüm ‘Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı Sürecinde Kültür ve Görsel Algı’ başlığı altında kültürün tasarım süreci ile ilişkisini derinlemesine sorgulamakta; görsel iletinin oluşturulması sürecinde görsel algıyı tanımlamakta; görsel algılama sürecindeki temel görsel algı kuramlarını açıklamaktadır. Kitaba üçüncü baskıdan itibaren ‘Görsel Algı Yönetimi’ adı altındaki 4. bölüm ilave edilmiştir. Günümüz görsel algılama süreçleri içerisinde görsel algı yönetimi, önemi giderek artan stratejik bir yaklaşımdır. Bu nedenle bu bölümde görsel algı yönetimi ve ilişkili kavramlar açıklanmış ve tasarımsal süreçler bağlamında yorumlanmıştır.

Tasarım sürecine sorgulayıcı, eleştirel ve dinamik bir bakış açısı kazandırma ve bu bağlamda bir farkındalık yaratma hedefini taşıyan söz konusu kitabın altıncı baskısına ulaşmasında katkı sağlayan tüm okuyuculara teşekkür ediyorum.

Yukarıda belirtilen amaçlara dayalı olarak yazılmış olana ‘Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı’ kitabı ile keyifli bir görsel yolculuğa çıkmanız ve keyifle okumanız dileğiyle.

Bu kitabın ortaya çıkmasında değerli katkılarını benden esirgemeyen sevgili annem, babam, kardeşlerim ve sevgili eşime; varlıkları ile tüm akademik yaşamımdaki en büyük güç kaynaklarım oldukları için sevgili oğlum Alp’e, sevgili kızım Yağmur’a sonsuz teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. Suzan Duygu BEDİR ERİŞTİ

ORCID No: 0000-0002-2511-6830

Şubat, 2021

## ÖZGEÇMİŞ



Suzan Duygu BEDİR ERİŞTİ, Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Yüksek lisans ve doktora eğitimini sanat, görsel tasarım ve eğitim-öğretim üzerine yapmıştır. Çalışmalarını görsel iletişim tasarımı, grafik tasarım, dijital oyunlaştırma ve öyküleme tasarımı, dijital sanat, teknoloji entegrasyonu, sanat temelli araştırma yöntemleri, görsel araştırma yöntemleri, A/r/tografi, etkileşimli öğretim tasarımına dayalı olarak geliştirmektedir. Uluslararası bakış açısına dayalı uluslararası iş birliklerini çalışmalarında ortaya koyan Suzan Duygu Bedir Erişti'nin çok sayıda araştırmaları ve projeleri yer almaktadır.

Prof. Dr. Suzan Duygu BEDİR ERİŞTİ

*Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi*

*Yunus Emre Kampüsü*

*Eskişehir, TÜRKİYE*

*Tel: 0222 335 05 80-3528*

*E-mail: sdbedir@anadolu.edu.tr*

## İÇİNDEKİLER

Yedinci Baskıya Ön Söz .....	iii
Özgeçmiş .....	iv

### 1. BÖLÜM YENİ MEDYA

Sosyal Medya.....	2
Sosyal Medya Odaklı İçerik Paylaşım Stratejileri.....	10
Sanal Gerçeklik .....	12
Dijital Oyunlar .....	14
Elektronik Yayıncılık ve Açık Erişim Sistemleri.....	18
Podcastler .....	20
Yeni Medya Tasarımı.....	23
Yeni Medya Tasarım Platformları .....	24
Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı.....	26
Yeni Medya Estetiği .....	28
Yeni Medya İletişimi ve Etkileşim .....	29
Yeni Medya Tasarımında Görsel Mesaj İçeriği .....	30
Yeni Medya Okuryazarlığı ve Dijital Okuryazarlık.....	36
Yeni Medya Tasarımında Bilişsel Yük ve Dijital Kirlilik.....	38
Yeni Medya Tasarım Sürecinde Hedef Kitle .....	40
Yeni Medya ve Çokluortam.....	41
Yeni Medya Tasarımlarının Değerlendirilmesi .....	44

## 2. BÖLÜM

### YENİ MEDYA VE GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI SÜRECİ

Yeni Medyada Görsel İletişim Tasarımı .....	47
Yeni Medya Görsel İletişim Tasarımında Kimlik, Markalaşma ve Kurumsal Kimlik .....	52
Yeni Medya Görsel İletişim Tasarımı Sürecinde Görsel Öyküleme.....	55
Yeni Medya Görsel İletişim Tasarımı Sürecinde Hedef Kitle Odaklı Kullanıcı Deneyim Tasarımı .....	57
Yeni Medya Görsel İletişim Tasarımı Sürecinde Hedef Kitle Odaklı Bilgi Tasarımı .....	60
Yeni Medya Görsel İletişim Tasarımı Sürecinde Hedef Kitle Odaklı Etkileşim Tasarımı.....	62
Yeni Medya Görsel İletişim Tasarımı Sürecinde Hedef Kitle Odaklı Teknoloji Tasarımı.....	64
Yeni Medya Görsel İletişim Tasarımı Sürecinde Görsel Tasarım Öğeleri.....	66
Kompozisyon .....	67
Renk .....	69
Tipografik Öğeler .....	76
Hiper Metinler/Hypertext.....	81
Kinetik Tipografi .....	82
Görseller .....	84
Fotoğraf, Fotoğrafik Gazeve Post-fotoğrafik Görseller .....	85
Dijital İllüstrasyonlar .....	90
İnfografik Tasarımı.....	96
Hareketli Grafik .....	98
Animasyon .....	100
Video, Etkileşimli Video ve Ses .....	105
Yönlendirmeler .....	106
Ses, Seslendirme ve Ön-plan ve Arka-plan Ses Öğeleri .....	107
Yeni Medya Görsel İletişim Tasarımı Sürecinde Tasarım İlkeleri.....	107
Yön .....	108
Boşluk .....	110
Denge.....	111
Orantı, Hiyerarşi, Vurgulama .....	112
Devamlılık ve Bütünlük.....	114

### 3. BÖLÜM

## YENİ MEDYA GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI SÜRECİNDE KÜLTÜR VE GÖRSEL ALGI

Yeni Medya ve Kültür.....	117
Yeni Medya ve Dijital Görsel Kültür .....	139
Yeni Medya, Görsel Algı ve Görsel Algı Kuramları .....	140
Gestalt Algı Kuramı .....	143
Bilişimsel Algı Kuramı.....	148
Olasılıklı Öğreti Kuramı.....	152
Doğrudan Algı Kuramı .....	156
Nörofizyolojik Algı Kuramı .....	159
Yapılandırmacı Görsel Algı Kuramı .....	164

### 4. BÖLÜM

## GÖRSEL ALGI YÖNETİMİ

Algı Yönetimi Sürecindeki Etkenler.....	168
Görsel Dikkat .....	170
Görsel Ayrımsama.....	171
Görsel Bellek .....	172
Bilişsel Yük ve Görsel Algı Yönetimi.....	173
Algısal Yük ve Görsel Algı Yönetimi.....	174
Görsel Algı Yönetiminde Planlanmış Davranış Geliştirme .....	175
KAYNAKÇA .....	179
RESİM DİZİNİ .....	188
ŞEKİL DİZİNİ.....	191
TABLO DİZİNİ .....	191





# 1. BÖLÜM

## YENİ MEDYA

Yeni medya temel olarak teknoloji odaklı dijital iletişim süreçlerine dayalı tüm içerikleri kapsayan, yeni teknolojik gelişmeler ile gelişen, değişen, yenilenen ve güncellenen bir ortamı tanımlamaktadır (Standage, 2013).

Yeni medya içeriği çerçevesindeki uygulamalara erişim, eş zamanlı katılım, gerçek zamanlı etkileşim, kullanıcı odaklı paylaşım ve sosyal iletişim gibi özellikler içeren bir dinamikliğe sahiptir (Cohen, 2011). Bir başka deyişle yeni medyanın çok yönlü ve yüksek düzeyde etkileşim içeren birçok dijital teknolojiyi içerdiği söylenebilir. Teknoloji odağının hızı, güncellenebilirliği, dönüşümü ve erişimi yeni medyada var olmanın kaçınılmaz gereksinimleridir (Green, 2010; Deegan & Sutherland, 2009). Yeni medyanın sahip olduğu en öne çıkan özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- Hız
- Erişim
- Dijitallik
- Etkileşim
- Bağlantı
- Sanallık
- Ağ odaklılık
- Simulated

Yeni medya denildiğinde günümüzde ilk akla gelen ortamlar sosyal medya, sanal gerçeklik ortamları, dijital oyunlar, elektronik yayıncılık içerikleri olarak sıralanmaktadır (Creeber& Martin, 2008;Fuery, 2008).

Sosyal medya kullanıcıların oluşturdukları bir profil üzerinden iletişim kurdukları çok yönlü teknoloji olanakları içeren ve gün geçtikçe yeni teknolojiler ile gelişmeye devam eden yüksek etkileşim gücü olan platformlardır. Sosyal ağlar yeni medya içerisinde önemli bir popülerlikle kendisine yer bulmaktadır. Sosyal ağlar kolay erişim, sistematik yapılanma, yüksek etkileşim düzeyi ve katılımıcılığı üst düzeyde sağlama gibi niteliklere sahiptir.

Sanal gerçeklik fiziksel hazırbulunuşluğun algısal deneyimlerle birleşmesine dayalı teknolojik donanımları içeren sistemlerdir. Sanal gerçeklik sistemleri ile gerçek dünyada var olan sınırlılıkların ötesine geçmek olanaklıdır. Sanal gerçeklik sistemleri üzerindeki etkileşim, kullanıcıyı içine alan deneyimler oluşturmaktadır. Sanal gerçeklik yeni medya bağlamındaki yeni olanakların da habercisidir.

Dijital yayıncılık içerikleri de yeni medyanın önemli bileşenlerinden biridir. Erişim, arama, etkileşim gibi özellikler barındıran dijital yayıncılık, online gazetelerden podcastlere, etkileşimli televizyondan broadcast tv ve radyo yayınlarına kadar geniş bir skalayı içermektedir.

Dijital oyunlar da yeni medya içerisinde oldukça etkili bir biçimde öne çıkmakta ve giderek artan bir popülerite ile yeni teknolojileri hedef kitle ile bir araya getirmektedir. Oyunlara tüm dünya üzerinden eş zamanlı katılım, oyun tasarımlarına dayalı kimlikler odaklı sosyal/kültürel/politik/ekonomik etkileşim ve iletişim oyun içerikli yeni medya uygulamalarının popülerliğini artırmaktadır.

## **Sosyal Medya**

Sosyal medya ile yeni sosyal olanaklar yeni medya tasarım süreçlerini farklı bileşenler ile geliştirmeyi gerekli hale getirdi. Sosyal medya aracılığı ile bağlantılı olmanın sürekliliği, iletişimde kalmanın sürdürülebilirliği, güncellenebilirlik ve hızlı bilgi edinimi, bilgi devinimi ya da bilgi izleme, bilgi ediniminde uçsuz bucaksızlık/sınırların ortadan kalkması, dijital kirlilik ve dijital yük kavramları tasarım süreçlerine yansımıştır.

Bilgiye erişim ve bilgiyi sunma kaynakları geçmişte sınırlı iken günümüz sosyal ağları çerçevesinde sınırsız hale gelmiştir. Bu bağlamda bütün tasarım ortamları yeni medya üzerinde var olabilmek adına yenilenmiş ve daha devingen bir yapı ile gelişime açık hale gelmiştir.

Sosyal medya kullanıcıların online topluluklar yarattıkları, içerik paylaştıkları bilgi oluşturma, içerik paylaşma, fikir alışverişi odaklı dinamik ve yüksek düzeyde etkileşim içeren bir yapıdır (Ellison & Boyd, 2013). Etkileşim düzeyinin yüksek olması, aktif katılımlı hedef kitle içermesi, dinamik yapısı ve etkili bir iletişim platformu oluşturması nedeniyle yeni medya içerisinde en öne çıkan teknolojilerden biridir. Sosyal medyanın yeni medya teknolojisi olarak yaşamın olağan bir parçasıymış gibi kabul görmesi de popüleritesini artırmaktadır. Ayrıca hızlı teknolojik gelişmeler çerçevesindeki Web 2.0 araçları da sosyal medyayı her geçen gün geliştirmekte ve bu gelişmeler aktif katılımı giderek arttırdığı bir süreklilik içermektedir (Glynn, Huge & Hoffman, 2012). Aktif katılım çerçevesinde dijital ortam odaklı sosyal katılım, sosyal etkileşim ve sosyal iletişim kavramları öne çıkmıştır. Sosyal ağlar bireylerin kendi medyalarını oluşturmaya ilişkin çok yönlü ve gün geçtikçe gelişen, kapsamı artan ve toplumsal bağlamda oldukça kabul görmüş ortamlardır. Bu ortamlar üzerinden bireyler kendi duygularını, düşüncelerini, bakış açılarını, deneyimlerini ve günlük yaşam etkinliklerini paylaşmakta ve iletişim içerisinde olmak istedikleri sanal topluluklarını oluşturabilmektedirler. Sosyal ağların bilgiye erişim kaynaklarının çeşitliliği, toplumsal ve sosyal farkındalığa ilişkin çok yönlü analiz olanakları sunması ve bireysel yaşam üzerindeki etkileri düşünüldüğünde günümüzün kaçınılmaz iletişim platformlarıdır (Kietzmann ve diğ., 2011; Dean, 2010). Fiziksel sınırları ortadan kaldıran ve bireyleri bu yönü ile birbirine yaklaştıran bir sistem olması da tercih edilebilirliğini artırmaktadır. Sosyal medya içerisinde kullanıcıların erişim sınırlarını belirleyebilmeleri ve paylaşım içeriklerini yönetebilmeleri sosyal ağların yaygınlaşmasına yönelik güven odaklı bir eğilim oluşturmaktadır (Rheingold, 2008). Sosyal medya denildiğinde öne çıkan uygulamalar Facebook, YouTube, Twitter ve Instagram olarak sıralanmaktadır. WhatsApp, Pinterest, Stumbleupon, Digg, Tumblr, Google+, LinkedIn, Foursquare, Skype, Periscope, Vine, Snapchat gibi daha birçoğu sosyal ağ, video ya da fotoğraf paylaşım, imleme, içerik oluşturma, mesajlaşma ya da blok odaklı platformlar da farklı amaçlarla etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Örneğin işbirliğine dayalı proje geliştirme ve içerik paylaşma amaçlı olarak Reddit, Flickr, Slideshare gibi platformlar kullanılırken; sosyal etkileşim içerikli platform olarak Facebook; mikrobloglar olarak ise Twitter gibi uygulamalar öne çıkmaktadır. Sosyal etkileşim içerikli platformlar, kullanıcıların oluşturdukları profil üzerinden bireysel içerik oluşturdukları, paylaştıkları, izledikleri platformlardır (Scott, 2010). İmleme söz konusu olduğunda Pinterest, StumbleUpon, Digg gibi imleme platformları dikkati çekmektedir. Kullanıcılar beğendikleri görsel içerikleri imlemekte ya da başka bir deyişle işaretleyebilmekte, paylaşabilmekte ve bu bağlamda ilgi ve eğilimler odak-

lı etkileşimler gerçekleştirebilmektedirler. Ya da fotoğraf paylaşımı odaklı olarak Instagram öne çıkabilmektedir. Dijital ve mobil teknoloji odaklı sosyal medya, içerik paylaşım, etkileşim, içerik geliştirme, görüntülü ve sesli mesajlaşma, bilgi ve belge depolama, açık erişim sağlama gibi çok çeşitli işlevsel özelliklerle var olan yeni medya platformları arasında en öne çıkanları ve kullanım amaçları şu şekilde özetlenebilir:

### facebook

Facebook katılımcıların oluşturdukları profiller aracılığı ile iletişim kurmasına dayalı bir platformdur. Bu platform üzerinde görsel ya da metin odaklı içerik paylaşımı, görüntülü sohbet, anlık ve eş zamanlı sohbet, yorum, kişiselleştirme, kısmi platform yönetim tercihleri ortaya koyabilme gibi birçok olanak söz konusudur (Wu, Hu & Zhang, 2013). Facebook kullanıcı dönütleri, gereksinimlere yönelik beklentiler, teknoloji odaklarının değişmesi çerçevesinde her geçen gün işlevsel olanaklarını genişletmekte ve bu yönüyle kullanıcı tercihlerini dikkate alan bir yapı ortaya koymaktadır.

### twitter

Twitter ise mobil teknolojiler odaklı sosyal etkileşime dayalı mikroblok olarak öne çıkmış, belirli karakter sınırı çerçevesinde hızlı mesaj paylaşımı, erişim, anlık takip gibi olanakların diğer ağlara göre daha dinamik yapıda olması nedeni ile öne çıkmıştır. Twitter üzerinden metin dışında fotoğraf, video, ya da dış bağlantı paylaşım olanaklıdır. Twitter üzerinden kısa mesaj ve içerik paylaşımı “twitlemek” olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca hemen hemen birçok sosyal ağ için erişimi kolaylaştırmanın en etkili yolu olan “hashtag” kullanımı da twitter ile başlamıştır. “Hashtag” (#) sembolü ile birlikte anahtar sözcük, söz grubu ya da tanımlayıcı ifadelerin birlikte kullanımı ile oluşturulur. “Hashtag” içeriğin etiketlenmesini, daha kolay erişilmesini ve kategorize edilmesini sağlar. Bu durum hem kullanıcı hem de erişim sağlamak isteyenler için önemli bir olanaktır. “Hashtag” belirlerken içerikle ilgili en etkili kelime ya da kelime grubu belirlenmeli, ulaşılmak istenen kitlenin ilk aklına gelebilecek kelimeler arasından seçilmeli ve çok uzun olmamalıdır.

### You Tube

Youtube kullanıcıların video içeriği yükleyip, kendi video kanallarını oluşturabildikleri, video paylaşımına dayalı forumlar aracılığı ile gruplara dahil olabildikleri ve içeriğinin çokluortam olanaklarının niteliği bağlamında etkili bir medya olarak işe koşulabilen; bu yönü ile sosyal ağlar arasında öne çıkan ve farklılaşan bir platformdur.



Instagram online fotoğraf ve video paylaşma odaklı sosyal bir ağıdır. Kendi sunduğu içerik geliştirme olanakları çerçevesinde fotoğraf çekmek, video çekmek, düzenlemek, geliştirmek, paylaşmak ve paylaşılan içeriğe ilişkin yorumlar yapmak gibi olanaklar sunmaktadır. Mobil uygulama odaklı bir sosyal ağ olan instagram kullanıcılara fotoğraf ve video çekimine ilişkin farklı filtreleri kullanabilme, teknik ve estetik özelliklerine müdahale edebilme ve oluşturulan içeriği diğer sosyal ağlar üzerinden de eş zamanlı olarak kolaylıkla paylaşabilme olanaklarını sunmaktadır.



WhatsApp kullanıcılarına daha işlevsel, kolay, kişisel ve eş zamanlı resim, video, sesli mesaj, yazılı mesaj gönderme ve paylaşım olanakları sunması nedeni ile en çok tercih edilen mesajlaşma platformudur. Platform mobil kullanım odaklı olarak tasarlanmıştır. Platform üzerinde mobil cihazlarda kayıtlı telefon rehberini kullanarak arkadaş listesi oluşturmak olanaklıdır. Aynı anda birden fazla grup oluşturmak, mesajlaşma dışında, fotoğraf, video, doküman paylaşmak, sesli mesaj bırakmak, bağlantı yollamak olanaklıdır.



Pinterest kullanıcıların beğendikleri, ilgi duydukları ve bilgi edinmek istedikleri görsel içerikleri paylaşabildikleri; bu çerçevede bireysel ilgiler çerçevesinde etkileşim oluşturulabilen bir platformdur. Bir başka deyişle görsel odaklı fikir edinme, fikirleri depolama, yaratıcı fikirler paylaşma ve işaretleme gibi etkileşimler içermektedir. Fikirleri, görselleri ve içerikleri belirleyerek kendi profilinde biriktirmek imajları “pin”lemek olarak ifade edilmektedir.



Tumblr ise blog odaklı bir platformdur. İçeriğe ilişkin fotoğraf, video, bağlantı, ses, karakter sınırı olmayan metin gibi sınırsız paylaşım, içeriği düzenleme, değiştirme, geliştirme gibi olanaklara sahiptir.



WordPress çok yönlü bir blok platformudur. İçeriğe ilişkin eklemeler yapmak, güncellemek, değiştirmek gibi içerik yönetim olanaklarına sahiptir. Bununla birlikte web sitesi hazırlamak isteyen kullanıcılar da birçok gelişmiş özelliği ile platformu etkili ve yaygın bir biçimde kullanmaktadır. Günümüzde kişisel kulla-

nım dışında farklı kurumsal yapıların da web tasarımını oluşturmak için de kullanılmaktadır. Açık kaynaklı (open source) bir sistem olan Word Press ile oluşturulan blog platformuna isteyen her kullanıcı katkı sağlayabilir.



Wiki kullanıcıların sayfa oluşturma, yeni düzenlemeler ekleme, sayfaları birbiri ile ilişkilendiren linkler verme olanaklarına sahip çok yönlü bir blog odaklı açık erişim platformudur. Ancak kullanıcılar arasında normal bir blog gibi tartışma grupları yoktur ve daha çok girilen bilgilerin sistematik bir biçimde sunumu üzerine kuruludur. Kullanıcıların oluşturdukları profil aracılığı ile içerik girebildikleri bir sistem olan Wiki içerisinde konular ve içerikler, sistem tarafından sınıflandırılmakta; böylece içeriğe erişim konu başlıkları odaklı olarak yapılandırılabilirdiği için kolaylaşmaktadır.



Google+ platformu kullanıcıların kişisel bilgilerine dayalı profil oluşturarak içerik paylaştıkları sosyal bir ağ olarak sosyal medya içerisinde yerini almaktadır. Bu platform üzerinde kullanıcıların sosyal ilişkileri kategorize etmesi ve bu bağlamda içerik paylaşımı ya da çoklu katılımcılı görsel işitsel iletişim sağlama odaklı paylaşım gerçekleştirmeleri olanaklıdır.



Digg kullanıcı odaklı içerik oluşturulabilen bir sosyal imleme platformudur. İçerik üretme, kontrol etme, içeriğe erişme gibi birçok etkileşim içermektedir. Digg üzerinden bilimsel, günlük yaşama ilişkin, politika ile ilgili, ekonomi içerikli, sporla ilişkili, teknoloji içerikli vb. birçok konuda erişilmesi güç olan konulara ulaşmak olanaklıdır. Bu içerikler ders notları, günlük yaşam deneyimlerine ilişkin paylaşımlar, alternatif fikir önerileri, kişisel gelişim gibi geniş bir skalaya sahiptir.



**StumbleUpon**

StumbleUpon kullanıcıların ilgi alanlarına dayalı olarak içerik oluşturabildikleri etkileşimli bir sosyal medya platformudur. Bu platform üzerinden beğenilen içerikler imlenerek kullanıcı tarafından kişiselleştirilmiş alanlar oluşturulabilir. Çünkü kullanıcının ilgileri doğrultusunda yaptığı imlemeler sonucunda ilgi alanlarına giren sonuçlara ulaşmaya yönelik içeri önerileri artar. Öneriler içerik kullanıcı tarafından beğenilmediğinde ise tekrar görüntülenmez. Beğenilen web sayfaları dışında bu sayfalar ile ilişkili video ve fotoğraf içerikleri eklemek de olanaklıdır.

## LinkedIn

LinkedIn daha çok profesyonel ve mesleki bağlamlar ile toplulukları bir araya getiren bir sosyal ağıdır. Ağ üyelerinin oluşturduğu gruplar ya da paylaşımlar daha çok profesyonel/mesleki amaçlar çerçevesinde bir araya gelmektedir.



Reddit çok boyutlu ve çok içerikli bir paylaşım sitesi olarak tanımlanabilir. Bu platform kullanıcıların paylaşımlar yaptığı, kategoriler açık tartışma ortamları oluşturabildiği, sorular sorabildiği, yorumlayabildiği açık kaynak kodlu sosyal bir platformdur. Kullanıcılar siteye üye olduktan sonra konu başlıkları çerçevesinde subreddit olarak adlandırılan kategorileri inceleyebiliyor ve bu kategorileri takip ederek kendi kişiselleştirilmiş sosyal paylaşım ağını oluşturabiliyor. Bu kategoriler çok beğenilen, popüler olan, soru ve cevaplar içeren birçok etkileşimi çok yönlü olarak barındırıyor ve bu platform üzerinde sorular mutlaka bir yanıt buluyor.

## FOURSQUARE

Foursquare konum odaklı bir sosyal ağıdır. Mobil erişimlere uygun bir içerik yapısına sahiptir. Kullanıcıların uygulamanın mobil web sitesi ile kayıt oldukları ve profillerinde konumlarını belirledikleri bir yapıya sahiptir. Mobil teknoloji odaklı GPS donanımına dayalı olarak konum bilgisi paylaşma, konum bilgisi isteme, konum odaklı içerik paylaşma, yönlendirme yapma gibi olanaklar sunmaktadır.



Skype metin, ses ve video odaklı iletişim deneyimleri sunan; zaman ve mekan sınırsızlığına sahip bir sosyal medya uygulamasıdır.



Periscope Twitter odaklı bir uygulamadır. İnternet üzerinden canlı yayın yapma, yapılan canlı yayını paylaşma, yayına ilişkin yorumlar alma, profil oluşturma gibi özelliklere sahiptir. Takipçiler ve izleyiciler tıpkı Twitter'da olduğu gibi aynı sistem üzerine kurulmuştur. Kullanıcılar istedikleri kişiyi takip edebilir ya da engelleyebilirler. Ayrıca canlı yayın sırasında takipçilere bildirim gönderme ve alma özelliği de vardır. Bu yönü ile gerçek zamanlı etkileşim olanağı sunmaktadır.