

YENİLENMİŞ CİHAZ PAZARINDA SOSYAL MEDYANIN KONUMU

Yayına Geliş Tarihi: 03.07.2023
Yayınlanma Tarihi: 12.09.2023

M. Fatih Alaeddinoğlu¹ & Duygu Gürbüz

Özet

Teknolojinin gelişmesi ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte iletişim dünyası ve iş pratikleri önemli bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Özellikle işletmeler sosyal medyayı internet üzerinden pazarlama, satış, reklam, halkla ilişkiler, haber gibi faaliyetlerini daha verimli yürütmek ve sektörlerinde pazarlama ve iletişim potansiyellerini önemli ölçüde artırmak için kullanmaktadır. Son yıllarda işletmelerin pazarlama hedeflerine ulaşmak için Facebook, Twitter, Google, LinkedIn, bloglar ve YouTube gibi sosyal medya araçlarını kullanmaları yaygınlaşmıştır. Bu araçlar, işletmelerin hedef müşteri gruplarıyla etkileşime girmesine, marka bilinirliğini artırmasına ve müşteri sadakatini sürdürmesine yardımcı olmaktadır. Sosyal medya platformlarında vakit geçiren her yaştan internet kullanıcısının marka bilinirliğini artırma, marka sadakati oluşturma, tüketici araştırması yapma, rakip analizi yapma gibi faaliyetlerde bu platformları kullanması gerekmektedir. İşletmeler ve ürünler hakkında her türlü olumlu ya da olumsuz yorum ve bilgi hızla yayılabilir ve çoğu zaman işletmelerin kontrolü dışında gerçekleşmektedir. Günümüzde pek çok kişinin kullandığı yenilenmiş cihazlar, sosyal medya, sosyal paylaşım ve sosyal iletişim platformlarında da karşımıza çıkmaktadır. Yenilenen cihazların sosyal medya ve iletişim sistemleri üzerindeki etkisi, kullanıcıların deneyimlerini ve alışkanlıklarını önemli ölçüde değiştirmektedir. Bu bağlamda işletmelerin sürdürülebilir bir sosyal medya pazarlaması yapabilmeleri için uygulayabilecekleri stratejiler, sosyal medya pazarlamasının önemi ve yenilenen cihazların sosyal paylaşım ve sosyal iletişim üzerindeki konumu ve etkisi anlatılmaktadır.

Anahtar kelimeler: sosyal medya, sosyal iletişim, sosyal paylaşım, teknolojik yenilikler, yenilenmiş cihaz

The Position of Social Media in The Renovated Device Market

Abstract

With the development of technology and the spread of social media, the world of communication and business practices are going through an important transformation process. In particular, businesses use social media to carry out their activities such as marketing, sales, advertising, public relations and news more efficiently and to increase their marketing and communication potentials in their sectors. In recent years, it has become common for businesses to use social media tools such as Facebook, Twitter, Google, LinkedIn, blogs and YouTube to achieve their marketing goals. These tools help businesses interact with target customer groups, increase brand awareness and maintain customer loyalty. Internet users of all ages who spend time on social media platforms should use these platforms in activities such as increasing brand awareness, creating brand loyalty, conducting consumer research, and competitor analysis. All kinds of positive or negative comments and information about businesses and products can spread quickly and often happen outside the control of businesses. Refurbished devices, which are used by many people today, also appear on social media, social sharing and social communication platforms. The impact of renewed devices on social media and communication systems significantly changes the experiences and habits of users. In this context, the strategies that businesses can implement in order to make a sustainable social media marketing, the importance of social media marketing and the position and effect of renewed devices on social sharing and social communication are explained.

Keywords: social media, social communication, social sharing, technological innovations, refurbished devices.

Giriş

Elektronik bileşenlerin yeniden kullanımı ve geri dönüşümü, atık azalımı ve maliyetlerin iyileştirilmesi için etkili bir adımdır ve sürdürülebilir kalkınma yaklaşımları kullanılarak e-atıktan değer elde edilebilmektedir. Döngüsel ekonomi kavramı, sınırlı kaynak tüketiminden bağımsız olarak ekonomik büyüme ve insani gelişme sunan bir ekonomik modeli ifade edmektedir [1]. Elektronik ürünlere uygulandığında, yenileme işlemi, ürünlerin temel değerlerini korumanın bir yoludur ve üretici firmalar ve yetkili yenilenmiş cihaz firmaları kullanılmış ürünleri geri kazanarak yeniden

¹ Sorumlu Yazar: Atatürk Üniversitesi, Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi, İşletme Anabilim Dalı, Erzurum, Türkiye.
f.alaeddinoglu@atauni.edu.tr

yapılandırılmakta ve orijinal performanslarına geri döndürmektedir, böylece bu ürünler yeniden müşterilere sunulmaktadır.

Günümüzde teknoloji her geçen gün gelişmekte ve tüketiciler de bu gelişmeleri yakından takip etmektedir [2]. Özellikle akıllı telefonlar ve tabletler gibi cihazlar, tüketicilerin en çok tercih ettiği teknolojik ürünler arasında yer almaktadır [3]. Ancak, yeni bir cihaz almak her zaman mümkün olmayabilir veya maliyetli olabilmektedir. Bu nedenle, yenilenmiş cihazlar son yıllarda popülerlik kazanmıştır. Teknolojideki hızlı gelişmeler, insanların hayatlarına büyük ölçüde etki etmiş ve iletişim biçimlerini değiştirmiştir [4]. Yenilenmiş cihazların kullanımı da bu değişimlerden biridir. Bu cihazlar, daha uygun fiyata sahip olunabilmesi ve geri dönüşüme katkıda bulunulabilmesi gibi nedenlerle yaygınlaşmıştır [5]. Ancak yenilenmiş cihazların sosyal medya, sosyal iletişim ve sosyal paylaşım sistemlerindeki konumu ve etkisi konusunda araştırmalar henüz doyum noktasına ulaşmış değildir.

Yenilenmiş cihazlar, birçok farklı şekilde yenilenmektedir. Örneğin, bazıları üretici firmanın fabrikasında yenilenirken, diğerleri yetkili bir servis merkezi tarafından yenilenmektedir [6]. Bu cihazlar genellikle orijinal ürünün bazı parçalarının değiştirilmesiyle yenilenir. Bu nedenle, yenilenmiş cihazlar yeni cihazlara göre daha uygun fiyatlı olabilir. Sosyal medya, sosyal iletişim ve sosyal paylaşım sistemleri, yenilenmiş cihazların kullanımı için mükemmel bir ortam sunmaktadır. Bu sistemler, kullanıcıların cihazlarındaki uygulamaları ve içerikleri paylaşmalarına olanak tanımaktadır. Bu nedenle, yenilenmiş cihazlar da bu sistemlerde önemli bir yer edinmektedir.

Yenilenmiş cihazların sosyal medya, sosyal iletişim ve sosyal paylaşım sistemlerindeki konumu ve etkisi birkaç farklı açıdan ele alınabilir. İlk olarak, yenilenmiş cihazlar kullanıcıların bu sistemlere erişimini artırmaktadır. Örneğin, yenilenmiş bir tablet, kullanıcının evinde veya iş yerinde sosyal medya sistemlerine erişmesine olanak tanımaktadır. Bu da kullanıcının daha fazla içeriği görüntülemesine ve paylaşmasına imkân vermektedir [7].

İkinci olarak, yenilenmiş cihazlar daha düşük bir maliyetle kullanıcıların sosyal medya, sosyal iletişim ve sosyal paylaşım sistemlerinde aktif olmasına olanak tanımaktadır. Özellikle gençler ve öğrenciler için, düşük bütçelerine rağmen yenilenmiş cihazlar, sosyal medya kullanımını kolaylaştırmaktadır. Bu da

kullanıcıların daha fazla içerik paylaşmasına ve sosyal bağlantılar kurmasına olanak tanımaktadır [8].

Son olarak, yenilenmiş cihazların sosyal medya, sosyal iletişim ve sosyal paylaşım sistemlerindeki konumu ve etkisi, çevresel faktörleri de etkilemektedir. Yenilenmiş cihazların kullanımı, çevreye daha az zarar vermektedir. Bu makalede, yenilenmiş cihaz pazarlamasında sosyal medyanın önemi ve sağladığı avantajlar ele alınacaktır ve ağırlıklı olarak sosyal medya, sosyal paylaşım, sosyal iletişim kavramları üzerinde durulacaktır.

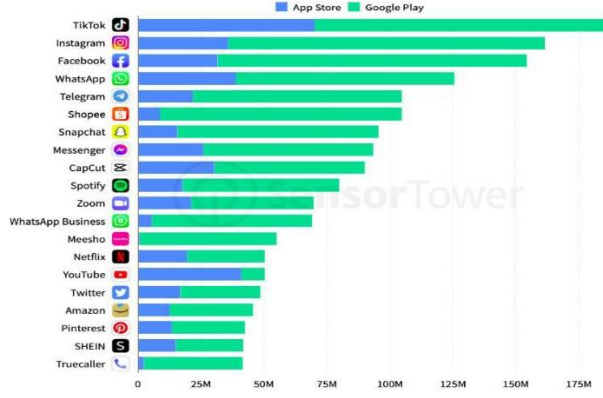
2. SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, insanların birbiriyle dijital ortamda etkileşimde bulunmalarını, paylaşımında bulunmalarını ve iletişim kurmalarını sağlayan internet tabanlı platformlardır. Sosyal medya sayesinde insanlar dünyanın her yerinden kullanıcılarla kolayca bağlantı kurabilmekte ve fikir paylaşabilmektedirler [9].

Sosyal medya kavramı ilk olarak Six Degrees adlı bir sosyal medya platformunun hayata geçirilmesiyle 1997 yılında kullanılmıştır. Ancak günümüz sosyal medya platformlarının atası sayılan ilk sosyal medya sitesi 2002 yılında yayın hayatına başlayan Friendster'dır. Friendster, insanların arkadaşlarıyla bağlantı kurmasını ve diğer insanlarla tanışmasını sağlayan bir platformdur [10].

Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulan Facebook, günümüzün en popüler sosyal medya platformlarından biridir [11]. Twitter 2006'da, Instagram ise 2010'da kuruldu. Sosyal medya platformları, bugün milyarlarca kullanıcıya sahip en büyük teknoloji şirketlerinden biri olan Facebook Inc. gibi şirketler tarafından yönetilmektedir. Son yıllarda diğer sosyal medya platformları arasında TikTok, Snapchat, Pinterest gibi yeni platformlar popülerlik kazanmıştır. Bu platformlar, farklı özellikler ve işlevler sunarak kullanıcıların ilgisini çekmektedir [12].

TOPLAM İNDİRME SAYILARI 2022 TÜM DÜNYA



Şekil 1. Sosyal medya kullanımı ve en çok indirilen uygulamalar
(Figure 1. Social media usage and most downloaded apps)

Sosyal medyanın özellikleri aşağıda değinilmiştir.

- **Katılım:** Sosyal medya, insanların katılımını teşvik ederek izleyiciler, dinleyiciler ve medya arasındaki mesafeyi azaltmaktadır.
- **Açıklık:** Sosyal medya platformlarının büyük kısmı, katılım ve geri bildirim açıktır. Bu platformlar, kullanıcıları oylama yapma, yorum yazma ve bilgi paylaşma konularında teşvik etmektedir.
- **Karşılıklı Konuşma:** Geleneksel medya içeriği, seyircilere, dinleyicilere veya okuyuculara tek yönlü olarak sunulurken, sosyal medya geri bildirim ve yorumları içerdiği için iki yönlü iletişim olarak algılanmaktadır.
- **Topluluk:** Sosyal medya platformları, kullanıcıların birbiriyle etkileşim kurmasını kolaylaştırarak topluluklar oluşturmasına olanak tanımaktadır. Bu topluluklar ortak ilgi alanlarına sahip insanların birbiriyle paylaştığı fotoğraflar, siyasi konular veya favori TV şovları gibi konular etrafında şekillenmektedir.
- **Bağlantısallık:** Sosyal medya, diğer web siteleri, kaynaklar ve kişilere bağlı olduğu için bağlantısallık sağlamaktadır.
- **Medyada İçerik Oluşturma:** Medyada içerik oluşturmak sadece gazeteciler ve kurumlarla sınırlı değil, orta düzeyde bilgisayar bilgisi olan herkes için mümkün olmaktadır.
- **Yeni Etkileyenler Tabakası Oluşturma:** Sosyal medya kullanıcıları, demokratikleşme ile birlikte yeni bir etkileyenler tabakası olarak kabul edilirler ve geleneksel gazetecilerle aynı derecede

veya daha fazla önemli ve güvenilir kişiler olarak görülebilmektedir [13].

Sosyal medyanın bu özellikler çerçevesinde geleneksel medyadan farkı ise şöyle sıralanmaktadır.

- **Erişim:** Geleneksel ve sosyal medya teknolojileri, herkesin geniş bir kitleye erişmesine olanak sağlar.
- **Erişilebilirlik:** Geleneksel medya için üretim yapmak genellikle özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğindedir; sosyal medya araçları genel olarak herkes tarafından az veya sıfır maliyetle kullanılabilir [14].
- **Kullanılabilirlik:** Geleneksel medya üretimi, uzmanlık ve eğitim gerektiren bir alandır, bu nedenle yapım sürecinde yer almak için belirli bir bilgi ve beceri seviyesine sahip olmak gerekebilir. Sosyal medya kullanımı ise herkes tarafından kolayca yapılabilir ve bu platformlarda içerik oluşturma, paylaşma ve etkileşim kurma işlemleri için özel bir eğitim gerektirmez. Dolayısıyla geleneksel medya üretimi ile sosyal medya kullanımı arasında yetenek, medya üretimi ile sosyal medya kullanımı arasında yetenek ve eğitim açısından farklılıklar bulunmaktadır.
- **Yenilik:** Geleneksel medya iletişimlerinde meydana gelen zaman farkı anında etki ve tepkisi olan sosyal medya ile kıyaslandığında uzun olabilmektedir.
- **Kalıcılık:** Geleneksel medya içeriği, bir kez yayımlandıktan sonra değiştirilemez veya geri alınamaz. Örneğin bir dergi makalesi basıldıktan ve dağıtıldıktan sonra, içeriğinde herhangi bir değişiklik yapılamaz. Ancak, sosyal medya platformları kullanıcıların yorumlarını veya paylaşımlarını anında düzenleyebilmelerine olanak tanır. Bu, bir kullanıcının paylaşımını düzenleyebilmesi, silmesi veya yeniden paylaşım yapabilme anlamına gelir. Dolayısıyla geleneksel medya ile sosyal medya araçları arasında içerik düzenleme ve değiştirme açısından önemli farklılıklar vardır [15].

Sosyal medya, bugün medyanın ve medya faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir ve sosyal medyanın araçları şu şekilde sınıflandırılabilir [16].

- **Bloglar:** Kullanıcıların herhangi bir teknik bilgi gerektirmeden istedikleri şeyleri istedikleri şekilde yazan insanların

- oluşturdukları günlük benzeri web siteleridir.
- Mikrobloglar: İnsanlara hayatları hakkında kısa güncellemeler yapma fırsatı veren yeni bir bloglama türüdür [17].
- Wikiler: Kullanıcıların kolayca içerik oluşturup düzenlemesine ve bu içerikler arasında bağlantı kurmasına olanak sağlayan bir yazılımdır.
- Sosyal işaretleme: Sosyal imleme, kullanıcıların internet üzerinde yer imlerini ve kaynakları paylaşabileceği web tabanlı bir hizmettir.
- Sosyal ağlar: Bireyler arasında kişisel veya iş ilişkilerinin oluşturduğu bir ağıdır ve artık günlük yaşamın önemli bir parçasıdır ve giderek daha da önem kazanmaktadır.
- Medya paylaşım siteleri sanal dünyalar: Sosyal medya ve dijital topluluklar aracılığıyla yaygınlaşan bir platformda, görüntüler, uygulamalar, videolar, ses dosyaları, oyunlar ve diğer türdeki yeni medyaları paylaşmak, yüklemek ve yorumlamak gibi aktiviteleri kapsayan medya paylaşımı giderek büyüyen bir trend haline gelmektedir [18].

Sosyal medyanın avantajlarına aşağıda değinilmiştir.

- Sosyal medya, hızlı bir şekilde güncellenen içeriklerin paylaşılabilirdiği ve dünya genelinde anında erişilebilen bir platformdur.
- Geleneksel medyaya kıyasla daha ucuz bir seçenektir ve Facebook, Twitter gibi platformlarda hesap oluşturma maliyeti yoktur.
- Sosyal medya ayrıca güvenilirdir ve iki yönlü bir konuşma fırsatı sunmaktadır.
- Kullanıcılar ilgilendikleri konularla ilgili düşüncelerini, görüntülerini ve ses dosyalarını paylaşabilmektedir.
- Bu platform aynı zamanda internet kullanıcılarını bilgi tüketen kişilerden bilgi üreten ve tüketen kişilere dönüştürmektedir.
- Kullanıcılar istedikleri içeriği seçme özgürlüğüne sahiptir.
- Sosyal medya ayrıca ünlü kişiler, siyasetçiler, şirketler ve kamu kurumlarıyla doğrudan ilişki kurma imkânı sağlar ve onların sorularına ve eleştirilerine hızlı ve kolay cevap verme fırsatı sunmaktadır.

Sosyal medyanın dezavantajlarına aşağıda değinilmiştir.

- Sosyal medya, olumsuz haberlerin veya olayların hızlı bir şekilde yayılma potansiyeli sağlayarak medyaya hızlı bir yayılım fırsatı sunmaktadır.
- Sosyal medyada faaliyet yürütmek yoğun bir çalışma gerektirir ve herhangi bir aksaklık ciddi sonuçlara neden olabilmektedir.
- Sosyal medyada binlerce insan tarafından çeşitli konularda içerikler üretilir, ancak uygun filtreler olmadan bu içeriklerin kalitesi garanti edilemez. Bu durum da özellikle özel bir konuda bilgi arayanlar için bilgi kirliliğine neden olabilmektedir.
- Sosyal medya faaliyetleri, internet bağlantısı olan herhangi bir yerden yapılabilir, ancak bu özellik iş ve yaşam dengesini bozarak bir dezavantaj haline gelebilir, özellikle çalışmaya odaklanmış kişiler içindir [19].

University of Southern California (USC) Bilgisayar Bilimleri Enstitüsü'nde araştırmacı profesör olan aynı zamanda (USC) Bilgi Bilimi Enstitüsü'nde araştırmacı olan Kristina Lerman, karmaşık ağlar, sosyal medya analizi, bilgi yayılımı ve kolektif davranışlar gibi konulara odaklanan bir araştırmacıdır. Lerman, "Social Information Processing in Social News Aggregation" adlı makalesinde sosyal medya sitelerinin dört ortak özelliğini aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

1. Kullanıcılar çeşitli medya türlerinde içerik oluşturabilir veya içeriklere katkıda bulunabilirler.
2. Kullanıcılar içerikleri etiketleyebilirler.
3. Kullanıcılar içeriği ya aktif oylama ya da pasif kullanımla değerlendirebilirler.
4. Kullanıcılar, diğer kullanıcılar ile kişi ve arkadaş gibi ortak ilgi alanları tanımlayarak sosyal medya ağları oluşturabilirler [20].

2.1 Sosyal medyanın yenilenmiş cihaz üzerinde etkisi

Sosyal medya, yenilenmiş cihazların kullanımı için mükemmel bir ortam sunar. Sosyal medya, insanların diğer insanlarla bağlantı kurdukları ve içerik paylaştıkları bir platformdur [21]. Yenilenmiş cihazlar, kullanıcıların bu platformlara erişimini artırır ve daha fazla içeriğin paylaşılmasına olanak tanır. Ayrıca, yenilenmiş cihazlar daha düşük maliyetli olduklarından, özellikle gençler ve öğrenciler gibi düşük bütçeli kişilerin sosyal medya platformlarına erişimini kolaylaştırmaktadır.

Yenilenmiş cihazların sosyal medya üzerindeki konumu ve etkisi, son yıllarda hızla artan bir şekilde

dikkat çekmektedir. İlk olarak, sosyal medya, yenilenmiş cihazların tanıtımı ve satışı için güçlü bir platform sağlamaktadır. Teknoloji şirketleri, yenilenmiş cihazları tanıtmak ve satmak için sosyal medya kanallarını kullanarak, hedef kitlelerine ulaşmaktadırlar. Sosyal medya, yenilenmiş cihazlarla ilgili kampanyaların ve indirimlerin duyurulması için de kullanılmaktadır.

Bununla birlikte, sosyal medya platformları yenilenmiş cihazların çevre dostu ve sürdürülebilir bir alternatif olduğunun vurgulandığı, kullanıcıların etkileşimleri sonucunda çevresel ve ekonomik farkındalık edinerek yenilenmiş cihaz tüketicisi olmasında pozitif rol oynamakta olan platformlardır. Yenilenmiş cihazların geri dönüştürülmüş malzemelerden yapıldığını ve yeniden kullanıldığını vurgulamaya elverişli bir ortam sağlayan sosyal medya platformları, çevresel etki konusunda bilinçlenmeyi artırmaktadır. Bu nedenle, yenilenmiş cihazlar, sürdürülebilir bir gelecek için bir adım atmak isteyen tüketiciler arasında giderek daha popüler hale gelmektedir.

Ayrıca, sosyal medya, yenilenmiş cihazların tüketiciler tarafından kullanıcı deneyimleri hakkında yorumlar paylaşmak ve tavsiyelerde bulunmak için de kullanılmaktadır. Tüketiciler, sosyal medya platformlarında, yenilenmiş cihazların orijinal ürünlere göre avantajları ve dezavantajları hakkında görüşlerini paylaşarak, diğer tüketicileri bilgilendirmekte ve satın alma kararlarına yardımcı olmaktadır.

Sonuç olarak, sosyal medya, yenilenmiş cihazların tanıtımı, satışı ve çevresel etkisi hakkında farkındalık yaratmak için güçlü bir platform sağlamaktadır. Ayrıca, tüketicilerin yenilenmiş cihazlar hakkında görüşlerini paylaşmalarına ve diğer tüketicileri bilgilendirmelerine de yardımcı olmaktadır. Bu nedenle, sosyal medya, yenilenmiş cihazların popüleritesinin artmasında önemli bir rol oynamaktadır.

3. SOSYAL PAYLAŞIM

Sosyal paylaşım, insanların çeşitli dijital platformlar üzerinde bağlantı kurdukları ve bilgi, fikir, görüş, medya ve diğer içerikleri paylaştıkları etkileşimli bir süreçtir. Sosyal paylaşım, internet kullanıcılarının birbiriyle etkileşimde bulunabildikleri dijital ve online platformlar aracılığıyla gerçekleşmektedir [22]. Sosyal paylaşım, kullanıcıların kişisel profillerini oluşturabildikleri, fotoğraf ve video paylaşabildikleri, etkinlikler oluşturabildikleri,

gruplar oluşturabildikleri ve diğer kullanıcılarla etkileşime geçebildikleri birçok özellik sunmaktadır.

Bugün birçok internet kullanıcısı, sosyal medya sitelerinde milyonlarca insanla bağlantı kurup eski arkadaşlarını bulabilmekte, yeni arkadaşlıklar edinebilmekte ve fotoğraf, video, bloglar gibi özel bilgileri paylaşabilmektedir. Sosyal ağlar, dünya genelinde insanların özel hayatlarını paylaşmalarına olanak tanıyan bir devrim olarak kullanılmaktadır. Bu ağlarda, insanlar birbiriyle tanışabilir, iletişim kurabilir, içerik paylaşabilir ve tartışma grupları oluşturabilirler [23]. Sosyal paylaşım siteleri, kişisel profil oluşturmayı ve iletişim kurmayı sağlayan en güncel online iletişim araçlarıdır. Ayrıca bu siteler kültürel etkinlikler resimler, grup adresleri, kitaplar, müzikler, sinema, video, arkadaşlık ve politik düşünceler gibi birçok bilgi ve etkinliğin paylaşabildiği online araçlar olarak da kullanılmaktadır.

Sosyal medya ve sosyal ağların ortaya çıkmasıyla birlikte, binlerce insan tek bir birey gibi birbiriyle kolayca iletişim kurabilir hale gelmiştir. İnternet aracılığıyla sosyalleşme özellikle genç yetişkinler arasında önemli bir yer tutmakta ve bugün, milyonlarca genç yetişkin sosyal paylaşım sitelerini kullanmaktadır (Gülbahar, Kalelioğlu, & Madran, 2010). Sosyal paylaşım ve kişisel ilişkiler, ticari faaliyetlerin finansal olarak desteklenmesinde önemli bir rol oynayabilirler. Son beş yıl içinde sosyal paylaşım siteleri birçok kişi tarafından tercih edilen bir iletişim yöntemi haline gelmiştir.

Web siteleri ve sosyal paylaşım ağları, ürünlerin pazarlama ve tanıtımı için önemli araçlar olarak kullanılabilir. Sosyal paylaşım ağları özellikle ürünlerin popüleritesini artırmak için önemli bir pazarlama aracıdır. Bu siteler sayesinde milyonlarca tüketici bir araya gelebilir ürün ve marka hakkında olumlu ya da olumsuz yorumlar yapabilir ve bu yorumlar ürünün popüleritesini önemli ölçüde etkileyebilmektedir.

Sosyal medyadaki sitelerle, kişiler arasındaki ilişkiler güçlenir ve çevrimiçi olarak geniş bir ortam oluşturmaktadır. Böylece, işletmeler daha geniş bir hedef kitleye ulaşabilmektedir. Tüketiciler, sosyal paylaşım sitelerini kullanarak satın aldıkları ürünler hakkındaki deneyimlerini, eleştirilerini ve kullanım şekillerini diğer kişilerle olayca paylaşabilmektedir. Bu sayede diğer tüketiciler satın almak istedikleri ürünler hakkında ayrıntılı bilgilere sahip olabilir ve karar verebilmektedir.

Sosyal paylaşım platformları arasında Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok, Snapchat ve YouTube gibi popüler siteler bulunmaktadır ve aşağıda bunlara değinilmiştir.

- Facebook: Facebook, insanların arkadaşlarıyla bağlantı kurmasına, mesajlaşmasına, fotoğraf ve video paylaşmasına olanak sağlayan en büyük sosyal medya platformudur. Facebook ayrıca kullanıcıların işletmeler ve kuruluşlar için sayfalar ve pazarlar oluşturmalarına olanak tanımaktadır [24].
- Twitter: Twitter, metin mesajları (tweet) paylaşma yeteneği ile bilinen bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar, tweet'lerinde metin, fotoğraf ve video paylaşabilir. Twitter'da karakter sınırı vardır. Twitter, kullanıcıların tweetlerinde en fazla 280 karakter kullanmalarına izin vermektedir. Ancak, bazı özel durumlarda, örneğin alıntı tweetlerde veya cevap tweetlerinde karakter sınırı biraz daha fazla olabilmektedir. Twitter ayrıca konuyla ilgili en son haberleri ve trendleri takip etmek için kullanılan bir platformdur.
- Instagram: Instagram, fotoğraf ve video paylaşımına odaklı bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar fotoğraflarını ve videolarını paylaşabilir ve ayrıca bunları filtreler, efektler ve diğer araçlarla düzenleyebilir. Instagram ayrıca Hikâyeler, IGTV ve Markalar gibi diğer özellikleriyle de bilinmektedir [25].
- LinkedIn: LinkedIn, iş odaklı bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar iş deneyimlerini, becerilerini ve bağlantılarını paylaşabilirler. LinkedIn ayrıca iş ilanlarını izlemek ve iş aramak için de kullanılmaktadır [26].
- TikTok: TikTok, kısa video paylaşımlarına odaklanan bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar müzik, dans ve daha fazlası hakkında kısa videolar çekip paylaşabilir. TikTok ayrıca filtreler ve diğer araçlarla video düzenleme sunmaktadır [27].
- Snapchat: Snapchat, özellikle genç kullanıcıların tercih ettiği bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar fotoğraflarını ve videolarını paylaşabilir ve ayrıca hikâyeler ve filtreler gibi diğer özellikleri kullanılmaktadır
- YouTube: YouTube, en büyük video paylaşım platformudur. Kullanıcılar kendi videolarını çekip paylaşabilirler. YouTube

ayrıca müzik videoları, film fragmanları, eğitim videoları ve diğer içerikler için bir arama motoru olarak kullanılmaktadır [28].

3.1 Sosyal paylaşımın yenilenmiş cihaz üzerinde etkisi

Sosyal paylaşım, insanların dünya genelinde birbiriyle bağlantı kurması ve etkileşimde bulunmasını sağlar. Sosyal paylaşım, yenilenmiş cihazların etkisini artıran bir faktördür. Kullanıcılar, sosyal medyada yenilenmiş cihazları tanıtmak, önermek ve paylaşmak için platformları kullanabilirler. Bu şekilde, kullanıcılar yenilenmiş cihazların uygun fiyatlı olduğunu diğer kullanıcılara gösterebilirler.

Sosyal medya ayrıca yenilenmiş cihazlar hakkında yapılan incelemeleri ve yorumları da paylaşabilir. Bu potansiyel alıcıların yenilenmiş cihazlar hakkında daha fazla bilgi edinmelerine ve karar vermelerine yardımcı olmaktadır.

Yenilenmiş cihazlar sosyal paylaşım üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların yenilenmiş cihazlar hakkında bilgi edinmelerine ve bu cihazların avantajlarını diğer kullanıcılara göstermelerine yardımcı olmaktadır. Bu durum, yenilenmiş cihazların daha yaygın bir şekilde kullanılmasına ve kabul edilmesine katkıda bulunmaktadır.

4. SOSYAL İLETİŞİM

Sosyal iletişim, insanların birbiriyle ilişki kurarak, bilgi ve duygularını aktararak, anlamlı iletişim kurdukları süreçtir. İnsanların birbiriyle etkileşime girdikleri, paylaştıkları ve iletişim kurdukları herhangi bir ortamda gerçekleşebilir. Bu ortamlar, yüz yüze görüşmeler, telefon görüşmeleri, e-posta, mesajlaşma uygulamaları sosyal medya gibi dijital platformlar gibi birçok farklı biçimde olabilir [29].

Sosyal iletişim, insanların birbiriyle olan ilişkilerinin kalitesini etkilemektedir. İyi bir sosyal iletişim, insanların kendilerine ifade etmelerine, karşı tarafı anlamalarına, farklı görüşleri anlayarak farklı bakış açılarına saygı duymalarına olanak tanımaktadır [30]. Sosyal iletişimin tarihi, insanın varoluşundan beri devam etmektedir. Sosyal iletişim, insanların ilk kez konuşmaya ve iletişim kurmaya başlamasıyla başlamaktadır. Ancak teknolojinin gelişmesiyle ve internetin yaygınlaşması ile birlikte toplumsal iletişimde büyük bir değişim yaşanmıştır. İnternet,

insanların iletişim kurmasını ve bilgi paylaşmasını kolaylaştırmaktadır. Sosyal medya platformları da sosyal iletişimin gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır. Sosyal medya sayesinde insanlar dünyanın her yerindeki insanlarla kolayca iletişim kurabilmekte ve bilgi paylaşabilmektedir [31].

4.1 Sosyal iletişimin yenilenmiş cihaz üzerinde etkisi

Yenilenmiş cihazlar, önceden kullanılmış olan cihazların yeniden üretilerek onarılması ve yenilenmesi işlemi sonrasında piyasaya sürülen cihazlardır. Bu cihazlar, tüketiciler tarafından daha uygun fiyatlı olmaları nedeniyle ilgi çekmektedir. Ancak, yenilenmiş cihazların sosyal iletişim üzerindeki etkisi ve konumu, çeşitli faktörlere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir.

Birinci faktör, yenilenmiş cihazların ne kadar kaliteli bir şekilde yenilendiğiyle ilgilidir. Eğer yenilenmiş cihazlar, orijinal cihazların aynı kalite ve performansa sahip olacak şekilde tamir edilmişse, sosyal iletişim üzerinde olumsuz bir etki yaratmayacaktır. Ancak, eğer yenilenmiş cihazların kalitesi ve performansı orijinal cihazlardan düşükse, kullanıcılar sosyal iletişimlerinde sıkıntı yaşayabilirler. Örneğin, kötü bir kamerası olan bir yenilenmiş cihaz, kullanıcıların fotoğraf çekmesine zorluklar yaşamasına ve bu nedenle sosyal medyada paylaşım yapamamalarına neden olabilmektedir.

İkinci faktör, yenilenmiş cihazların fiyatlarıyla ilgilidir. Yenilenmiş cihazların uygun fiyatlı olması, özellikle düşük gelirli tüketiciler için cazip olabilmektedir. Bu tüketiciler, yenilenmiş cihazlar sayesinde sosyal medya gibi çevrimiçi platformlarda aktif olabilirler ve diğer insanlarla iletişim kurabilmektedirler. Böylece, yenilenmiş cihazlar sosyal iletişimlerinde daha aktif olmalarına yardımcı olabilir.

Üçüncü faktör ise, yenilenmiş cihazların markası ve modeli ile ilgilidir. Bazı markalar ve modeller, tüketiciler arasında daha popüler ve prestijli olabilmektedir. Bu nedenle, yenilenmiş cihazların markası ve modeli, tüketicilerin sosyal statülerine ve dolayısıyla sosyal iletişimlerine de etki edebilmektedir. Örneğin, popüler bir markanın yenilenmiş bir telefonu, tüketicilerin sosyal medya hesaplarında daha fazla beğeni ve takipçi kazanmalarına neden olabilmektedir. Sonuç olarak yenilenmiş cihazların sosyal iletişim üzerindeki etkisi ve konumu, yenileme kalitesi, fiyat, marka ve model gibi faktörlere bağlıdır. Yenilenmiş cihazlar, doğru şekilde yenilenmiş ve uygun fiyatlıysa,

tüketicilerin sosyal iletişimlerinde olumlu bir rol oynayabilmektedirler.

5.YENİLENMİŞ CİHAZLAR

Yenilenmiş cihazlar, kullanılmış olmalarına rağmen ikinci el cihazların aksine tamir edilip, belirli bir standartta uygunluğu sağlanmış ve operatör, üretici, sertifikalı yenilenmiş cihaz firmaları ya da perakendeci tarafından satışa sunulan cihazlardır. Yenileme işlemleri sırasında, cihazların bazı parçaları değiştirilebilir veya tamir edilebilir. Başka bir deyişle, bir cep telefonunun yenileme işlemi, kullanılmış bir cep telefonunu arızalı, hasarlı veya kapanmış ana bileşenlerinin temizlenerek, değiştirilerek veya onarılarak iyi çalışır duruma getirilmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır [32].

Yenilenmiş cihazlar uzun bir geçmişe sahiptir. Elektronik anlamda yenileme işlemleri ise 2017'ye dayanmaktadır. İlk olarak 1980'lerin sonlarında ve 1990'ların başlarında yaygınlaşmaya başladığı düşünülmektedir. Bu dönemde, özellikle bilgisayarların ve diğer elektronik cihazların hızla evlerimize girmesiyle birlikte, üreticilerin stok fazlası veya iade edilmiş ürünleri yeniden satmak için farklı bir iş modeli geliştirmeleri gerektiği fark edilmiştir. Bu nedenle, üreticiler bu ürünleri yeniden değerlendirerek, yeniden üreterek veya yenileyerek daha düşük bir fiyata yeniden satmayı tercih etmişlerdir. Yenilenmiş cihazlar, hem tüketiciler hem de çevre için birçok fayda sağladığı için, son yıllarda popülerliği artmıştır ve birçok teknoloji şirketi yenilenmiş cihaz sunmaktadır.

5.1 Yenilenmiş telefonlar hakkında dikkat edilmesi gereken hususlar

Yenilenmiş telefonlar detaylı bir şekilde test edildiği için ve tam çalışma düzenine getirildiği için genellikle iyi durumdadır. Genellikle 1 yıllık garantiyle satılmaktadır ancak satın almadan önce garanti kapsamını kontrol etmek önemlidir. Yenilenmiş telefonlara özel bir derecelendirme verilir ve bu derecelendirme için evrensel bir standart yoktur, bu nedenle satın almadan önce kontrol etmek en iyisidir. Yurt dışında genelde A-D arasında değişir ve şu şekilde kullanılmaktadır.

- A Kalite: Bu cihazlar, en yüksek kalite standartlarını karşılayan ve çok az arıza oranına sahip olan cihazlardır. Güvenilir, dayanıklı ve uzun ömürlüdürler.
- B Kalite: Bu cihazlar, A sınıfı cihazlardan biraz daha düşük kaliteye sahiptir, yine de

iyi performans gösterirler ve genellikle daha uygun fiyatlıdır.

- C Kalite: Bu cihazlar, daha düşük kaliteli malzemelerden yapılmış olabilirler ve daha sık arıza yapma eğilimindedirler. Ancak, düşük maliyetleri nedeniyle birçok tüketicinin tercih ettiği bir seçenektirler.
- D Kalite: Bu cihazlar, en düşük kaliteli malzemelerden yapılmış ve en düşük performansa sahip olan cihazlardır. Sık arıza yapma eğiliminde oldukları için genellikle önerilmezler.

Çoğu satıcı, yenilenmiş telefonları genellikle “mükemmel”, “çok iyi” veya “iyi” durumda sunar [33].

5.2 Yenilenmiş telefonların avantajları

1. Yenilenmiş telefon sıfır cihazlara kıyasla fiyat avantajına sahiptir.
2. Kişilerden alınan ikinci el telefonun aksine yenilenmiş telefonu garantili alırsınız.
3. Yenilenmiş telefonlar satılmadan önce bir dizi kontrol ve test gerçekleştirilir; bu nedenle tam çalışır durumdadır.
4. İkinci el telefonun aksine, online satın aldığımız yenilenmiş telefon açıklamadaki gibi çıkmazsa 2015 Tüketici Hakları Yasası uyarınca tüketici haklarına sahip olursunuz.

5.3 Yenilenmiş telefonların dezavantajları

1. Telefon yepyeni olmayacağı için orijinal kutusunda veya tüm aksesuarlarıyla birlikte alamayabilirsiniz.
2. Satıcı tarafından bir dizi kontrolden geçtiğinden fiyatı ikinci el telefondan daha yüksektir.
3. En son çıkan modelleri kullanmayı seviyorsanız, yenilenmiş sürümünü bulmak için çıkış tarihinden sonra bir süre beklemeniz gerekebilir.
4. Yenilenmiş telefonun sigortalanması yeni telefondan daha zor olabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte internetin kullanımı ile iletişim alanı yeniden şekillenmiş ve insanlar sanal ortamda bir araya gelmiştir. İnternet, bilgi arama, bilgiye ulaşma ve erişme konusunda önemli avantajlar sunmaktadır. Makale de ele aldığımız konu ve yapılan literatür araştırması ile beraber yenilenmiş cihazlar ve sosyal medya için

birçok sonuç ve öneri çıkmaktadır. Öncelikle yenilenmiş cihazların kullanımı, mobil cihazların daha popüler hale gelmesiyle birlikte artmaktadır. Yenilenmiş cihazlar, sosyal medya, sosyal paylaşım ve sosyal iletişim sistemleri üzerinde kullanıcıların davranışını etkilemektedir. Kullanıcıların farklı şekillerde etkileşim kurmalarını sağlamak ve sosyal medya trenlerinin değişmesine neden olmaktadır. Yenilenmiş cihazların kullanımı, kullanıcıların deneyimlerini olumlu yönde etkilemektedir ve sosyal medya platformlarında daha fazla etkileşim ve paylaşım yapmalarına yardımcı olmaktadır. Bu konu da yapılan çalışmalar da yeterli değildir. Yenilenmiş cihazların sosyal medya, sosyal iletişim ve sosyal paylaşım sistemlerindeki konumu ve etkisi hakkında daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Kullanıcıların bu cihazları kullanırken dikkatli olmaları ve güvenlik risklerine karşı tedbir almaları gerekmektedir. Kullanıcıların güvenli ve etkili şekilde kullanabilmeleri için uygun eğitim ve farkındalık yaratılması önemlidir.

KAYNAKLAR

[1] Z. Sharifi ve S. Shokouhyar, “Promoting consumer’s attitude toward refurbished mobile phones: A social media analytics approach,” *Resources, Conservation and Recycling*, cilt. 167, s. 105398, 2021.

[2] S. Çelik, “Sosyal Medyanın Pazarlama İletişimine Etkileri,” *Erciyes İletişim Dergisi*, vol. 3, hayır. 3 Şubat 2014.

[3] M. D'Angelo, “Yenilenmiş Teknoloji Hakkında Bilmeniz Gerekenler,” *Business News Daily*, 22 Şubat 2023. <https://www.businessnewsdaily.com/10291-refurbished-tech-gadgets-faq.html> (erişildi) 11 Mart 2023).

[4] D. Kozlu, “Teknolojik Gelişmelerin Toplum ve Sanata Yansımaları,” *Art-e Sanat Dergisi*, vol. 2, no. 3, pp. 1–14, Apr. 2009.

[5] H. Ceylan, “Refurbished ürün ne demek, satın almakta sakınca var mı?,” Hakkı Ceylan, Jan. 14, 2013. <https://hakkiceylan.com/refurbished-urun-ne-demek-satin-almakta-sakinca-var-mi> (accessed Jun. 27, 2023).

[6] F. Freyberg and O. D. van Heel, “Read @Kearney: Why consumers are ready for refurbished,” Kearney, Dec. 09, 2022. <https://www.kearney.com/sustainability/article/>

/insights/why-consumers-are-ready-for-refurbished (accessed Mar. 12, 2023).

[7] F. Doğan, “Yenilenmiş akıllı telefon alınır mı?,” ShifDelete.net, Aug. 21, 2021. <https://shiftdelete.net/yenilenmis-akilli-telefon-alinir-mi> (accessed Mar. 11, 2023).

[8] Sonhaberler.com, “Yenilenmiş telefon alınır mı? Avantajları ve dezavantajları nelerdir?,” <https://www.sonhaberler.com/yenilenmis-telefon-alinir-mi-avantajlari-ve-dezavantajlari-nelerdir-haber-894479>, Jan. 04, 2023. <https://www.sonhaberler.com/yenilenmis-telefon-alinir-mi-avantajlari-ve-dezavantajlari-nelerdir-haber-894479> (accessed Mar. 11, 2023).

[9] H. Rheingold, **The virtual community : homesteading on the electronic frontier**. Cambridge: The Mit Press, 2000.

[10] W Glynn Mangold and D. J. Faulds, **Social media : the new hybrid element of the promotion mix. Indiana**: Kelley School Of Business, 2009.

[11] D. m. Boyd and N. B. Ellison, **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**. Wiley Online Library, 2007.

[12] A. M. Kaplan and M. Haenlein, “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media,” *Business Horizons*, vol. 53, no. 1, pp. 59–68, Jan. 2010, doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.

[13] Mehmet Akif Ozturk and M. Talas, “Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi,” *Journal of World of Turks*, vol. 7, no. 1, pp. 101–120, Apr. 2015.

[14] Z. Beril Akinci Vural Mikail Bat, Zekiye Akinci Vural, and Mikail Bat, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma,” *Yaşar üniversitesi E-dergisi*, vol. 5, no. 20, pp. 3348–3382, Jun. 2010.

[15] “Sosyal medya,” Wikipedia, Jun. 21, 2023. https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya (accessed Jun. 27, 2023)

[16] G. Aksakallı, “Güvenli Web - Sosyal Medya Araçları Ve Olası Riskleri,” *Güvenli web*, 2020. <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/sosyal-medya-araclari-ve-olasi-riskleri> (accessed Jun. 27, 2023).

[17] “Mikroblog,” Wikipedia, Mar. 08, 2021. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Mikroblog> (accessed Jun. 27, 2023).

[18] Selay Arkün Kocadere and Petek Aşkar, “Sosyal Medya Araçlarının Katkıları ve Kullanım Sıklıkları: Öğretmenlik Uygulaması Örneği,” *Elementary Education Online*, vol. 12, no. 4, pp. 1120–1132, Jun. 2013.

[19] E. Eroğlu and A. Şengöz, “Sosyal Medya Araçlarının Katkıları ve Kullanım Sıklıkları: Öğretmenlik Uygulaması Örneği,” *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, vol. 5, no. 1, 505, Apr. 2017.

[20] S. Samur, “Covid-19 Pandemi Sürecinde Ankara’daki Devlet Üniversitelerinin Instagram Kullanımları Üzerine Nicel Bir Araştırma,” *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, vol. 7, no. 6, 436, Jun. 2020.

[21] S. Çelik, “Sosyal Medyanın Pazarlama İletişimine Etkileri,” *Erciyes İletişim Dergisi*, vol. 3, no. 3, Feb. 2014,

[22] A. M. Kırık, “Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu,” *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, vol. 5, no. 1, 230, Apr. 2017

[23] Şenol Hacıefendioğlu, “Sosyal Paylaşım Sitelerinde Üye Bağlılığı Üzerine Bir Araştırma,” *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, no. 20, pp. 56–71, Dec. 2010.

[24] “About Facebook,” About Facebook, 2019. <https://about.fb.com/> (accessed Mar. 11, 2023).

[25] Instagram, “About Us • Instagram,” Instagram.com, 2018. <https://www.instagram.com/about/us/>

[26] LinkedIn, “About LinkedIn,” LinkedIn.com, 2023. <https://about.linkedin.com/>

[27] TikTok, “About | TikTok - Real Short Videos,” www.tiktok.com, 2023. <https://www.tiktok.com/about>

[28] YouTube, “About YouTube,” YouTube. 2019. [YouTubeVideo].Available: <https://www.youtube.com/about/>

[29] S. Doğan and O. Koçak, “Okul Yöneticilerinin Sosyal İletişim Becerileri ile Öğretmenlerin Motivasyon Düzeyleri Arasındaki İlişki [doi: 10.14527/kuey.2014.009],” *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, vol. 20, no. 2, Jun. 2014.

[30] P. Öner, Ö. Öner, E. Çöp, and K. M. Munir, “Sosyal İletişim Ölçeğinin Okul Öncesi Çocuklardaki Geçerlik ve Güvenirliği,” *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni-Bulletin of Clinical Psychopharmacology*, vol. 22, no. 1, pp. 43–50, Mar. 2012

[31] M. R. Parks and K. Floyd, “Making Friends in Cyberspace,” *Journal of Communication*, vol. 46, no. 1, pp. 80–97, Mar. 1996.

[32] M. S. Nasiri and S. Shokouhyar, “Actual consumers’ response to purchase refurbished smartphones: Exploring perceived value from product reviews in online retailing,” *Perakendecilik ve Tüketici Hizmetleri Dergisi*, no. 62, Sep. 2021

[33] E. Calp, “Yenilenmiş telefon nedir, nereden alınır?,” *DonanimHaber*, Apr. 17, 2023. <https://www.donanimhaber.com/yenilenmis-refurbished-telefon-ne-demek-nereden-alinir--151026> (accessed Jun. 27, 2023).

