

## GENÇLERİN GÖZÜNDEN SANAL BİR SOSYAL KAPİTAL OLARAK “FACEBOOK”<sup>1</sup>

### “FACEBOOK” AS A VIRTUAL SOCIAL CAPITAL FROM THE VIEWPOINT OF THE YOUNG PEOPLE

*Prof. Dr. Şengül HABLEMİTOĞLU<sup>2</sup>*

*Araş.Gör.Dr. Filiz YILDIRIM<sup>3</sup>*

#### ÖZET

Çağımızın en popüler sosyal iletişim ağı olan facebook, yaklaşık 70 bin aktif kullanıcısı ile her geçen gün daha fazla insanın ilgisini çekmektedir. Günümüzde özellikle gençler tarafından yakın ve uzak çevreler ile iletişime geçmek, yeni arkadaşlıklar ve dostluklar kurmak amacıyla kullanılan facebook, sanal bir sosyal kapital olarak yaşamın tüm alanlarına girmiştir. Genel olarak, sosyal kapital bireyler arasındaki ilişkileri açıklamada kullanılan; iletişim biçimi, sosyal normlar ile karşılıklı güven ekseninde şekillenen bir olgudur. Sosyal kapitalin üç boyutu vardır, bunlar; (i) yakın/informal bireysel ilişkileri içeren “bağlayan sosyal kapital (*bonding social capital*)”; (ii) formal toplumsal ilişkilere dayanan “köprü kuran sosyal kapital (*bridging social capital*)” ve (iii) fiziksel olarak birbirlerinden ayrı olan bireylerin sosyal ağlar yoluyla birbirlerine yakın hale getirilmesini sağlayan “sürdürülen / korunan sosyal kapital (*maintained social capital*)”dir. Bu araştırmada; sanal bir sosyal kapital alanı olarak facebook ile ilgili üniversite gençliğinin tutum ve değerlendirmelerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma'ya Ankara Üniversitesi'nde eğitim öğretime devam eden 300 öğrenci gönüllü olarak katılmıştır. Araştırmanın verileri öğrencilerle karşılıklı görüşülerek elde edilmiştir. Veri toplama aracı olarak “Facebook Sosyal Kapital Ölçeği”, “Facebook Tutum Ölçeği” ve “Yaşam Tatmini Ölçeği” geçerlik-güvenirlik analizi yapılarak kullanılmıştır. Araştırmada ölçekler arasındaki karşılıklı ilişki “Pearson Korelasyon Analizi” yapılarak irdelenmiş ve seçilen sosyo-demografik belirleyicilerin sosyal kapital üzerindeki etkisi “Çoklu Regresyon Analizi” ile saptanmıştır. Araştırma sonucunda, facebook

<sup>1</sup> Bu araştırma makalesi, 2009 yılında Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nde yürütülen 11. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi'nde “sözlü bildiri” olarak sunulmuştur.

<sup>2</sup> Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanı, e-posta: hablemit@gmail.com

<sup>3</sup> Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, e-posta: filizyildirim06@hotmail.com

sosyal kapitalinin tüm alt ölçekleri, Facebook tutumları ve yaşam tatmini arasında karşılıklı bir etkileşim olduğu belirlenmiştir. Ayrıca üniversite gençliği açısından sanal bir sosyal kapital olarak facebook tutumları üzerinde toplumsal cinsiyetin ve internet kullanım sıklığının etkili olduğu bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Gençler, Facebook, sosyal kapital

### **ABSTRACT**

Facebook the most popular social communication network in our time takes more people's attention gradually with its approximately 70.000 active user. Used especially by the young people to get in contact with the close and distant environments, to build new friendships, Facebook has entered almost all areas of life as a social capital. Generally, social capital is a phenomenon which is used to explain different relations among individuals and formed in the axis of communication form, social norms, and mutual trust. There are three dimensions of social capital. These are; (i) bonding social capital including close / informal individual relations, (ii) bridging social capital based on formal societal relations, (iii) maintained social capital which provides the affiliation of physically apart individuals through the social webs. The aim of this research is to reveal university students' attitudes and evaluations through facebook as a virtual social capital area. 300 university students attending in Ankara University participated in this research. Data of the research has been reached by interviewing correlatively with them. "Scale of Facebook Social Capital", "Scale of Facebook Attitude" and "Scale of Life Satisfaction" as tools of data collection have been used by making validity and reliability analysis. The relationship among scales has been examined by doing "Pearson Correlation Analysis" and the effect of chosen socio-demographic determinants on social capital has been confirmed with the "Multiple Regression Analysis". In conclusion, it is stated that there important relationship among all subscales of the facebook social capital, attitudes regarding facebook and life satisfaction. Furthermore, it's found that gender and intensity of the internet usage are effective over attitudes regarding facebook as a virtual social capital.

**Key Words:** Young people, Facebook, social capital

### **GİRİŞ**

Sosyal iletişim/paylaşım siteleri, üyelerinin birbirleri ile çevrim dışı ya da çevrimiçi profil oluşturarak ad, soyad, fotoğraf, ülke, cinsel tercih ve mesleki bilgiler ile hobi, favori kitap, sinema, televizyon programı vb. kişisel ilgileri kullanarak iletişim kurmalarını sağlayan bir online iletişim hizmeti kategorisidir (Golder vd. 2007).

Sosyal paylaşım siteleri bireylerin kendilerini ifade etmelerine, sosyal ağları kullanmalarına ve bu sanal alanlarda ilişkilerini sürdürmelerine olanak sağlamaktadır. Bu sitelerden en bilenenleri arasında genel olarak çalışma yaşamına yönelik LinkedIn.com, romantik ilişki kurma amacı taşıyan MySpace.com ya da çoğunlukla üniversite öğrencilerinin üye olduğu Facebook.com yer almaktadır (Ellison vd. 2007).

Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg, Andrew McCollum ve Eduardo Saver'in da yardımıyla Şubat 2004'te "The Facebook" kurulmuştur. Zuckerberg tarafından yatılı öğrenci evlerinde kalan bireylerle iletişim kurabilme amacı ile oluşturulan "The Facebook"un ismi 2005 Ağustos'ta "Facebook.com" olarak değiştirilmiştir (Ellison vd. 2006; Toprak vd. 2009). Facebook ismi, Amerikan üniversitelerinde öğretim üyesi ve öğrencilerin birbirlerini tanımak için isimlerinin yer aldığı "paper facebook" uygulamasından alınmıştır.

Sadece Harvard Üniversitesi kampüsünde kullanılan facebook, 2004 yılında okul sınırlarını zamanla aşarak aynı yıl içinde Harvard Üniversitesi'nin yanı sıra Boston Üniversitesi ve Boston College öğrencileri arasında kullanılmaya başlanmıştır; 2005 yılının sonlarına doğru İngiltere ve Kanada'daki üniversite öğrencileri arasında kullanımı yaygınlaşmıştır. Daha sonra Amerika, Kanada, Meksika, İngiltere, Avustralya, Yeni Zelanda ve İrlanda'daki 25.000'den fazla üniversite öğrencisi arasında popüler olmuştur. Microsoft, Amazon ve PepsiCo gibi ticari şirketler başta olmak üzere 4000'den fazla organizasyon 2006 yılında facebookun tanınmasına katkıda bulunmuştur. Aynı yıl içinde facebook aracılığı ile bir yandan üniversite ağı genişlerken, diğer yandan da kullanıcılarının özellikle lise arkadaşlarını da arkadaş listelerine ekleyerek üye olmaları sağlanmıştır. Eylül 2006'da Facebook, e-posta adresi olan tüm internet kullanıcılarını üyeliğe kabul etmeye başlamıştır. Bugün facebook, dünyanın en yaygın sosyal paylaşım sitesi dev olarak 67 milyon aktif kullanıcıya ulaşmıştır (Ellison vd. 2006; Toprak vd. 2009). Genellikle çevrimiçi sosyal paylaşım sitesi olan ve temelde üniversite öğrencilerinin kullanması için oluşturulan facebook; son zamanlarda öğretim üyeleri ve öğrenciler, akademik kurum ve kuruluşlar başta olmak üzere her kesimden bireyin üyesi olduğu geniş bir katılıma ulaşmıştır.

Facebook'un da diğer sosyal paylaşım sitelerinde olduğu gibi kişisel bilgilerin ve arkadaş listelerinin yer aldığı kişisel profil sayfası bulunmaktadır. Kullanıcılar başkalarına mesaj gönderebilmekte, kendi

tercihlerine bağlı olarak sosyal gruplara katılabilmekte, fotoğraf paylaşabilmekte, kişisel websitelerini ekleyebilmekte, kendi sayfalarında toplumsal mesajlar verebilmektedirler. Ayrıca facebook kullanıcıları, başka kullanıcıların arkadaşlarını kendi listelerine ekleyebilmektedirler. Bu “arkadaşlık” süreci facebook kullanıcısının başka bir kullanıcıyı kendi arkadaş listesinde bulunması için davet etmesi ve karşı tarafın da bu daveti kabul etmesi ile başlamaktadır. Böylece oluşturulan arkadaş listesinde; daveti kabul eden bireyin resim ya da ilgili linki üzerine tıklanarak karşılıklı iletişimin kurulması sağlanmaktadır (Golder vd. 2007).

Facebook'un 2009 Haziran ayı istatistiklerine göre dünyada 202.727.740 milyondan fazla üyesi bulunurken, her gün facebook'a 120 milyon giriş yapılarak en az bir kez ziyaret edilmektedir. Kullanıcıların 2/3'sinden fazlası üniversite dışındaki bireylerden oluşmakta ve en hızlı büyüyen grubu 35 yaş ve üstündeki bireyler oluşturmaktadır. Facebook'ta bir kullanıcı, site içinde ortalama 120 arkadaşına sahiptir ve dünya genelinde toplam 5 milyar dakikadan fazla zaman geçirilmektedir. Anlık 30 milyondan fazla kullanıcı; sayfasını her gün en az bir kere güncellemekte ve 8 milyondan fazla kullanıcı her gün bir “Pages / Sayfa”ya internet literatürü ile ifade edilecek olursa “fan” olmaktadır. Ayrıca her ay 1 milyardan fazla fotoğraf; 10 milyondan fazla video yüklenmekte, 2.5 milyondan fazla etkinlik açılmaktadır. Her hafta 1 milyardan fazla link, not, fotoğraf gibi içerik paylaşılmakta, 45 milyondan fazla aktif kullanıcı grubu bulunmaktadır. 50'den fazla dil kullanımına imkân verilirken, 40 yeni dilin kullanımı için de çalışmalar sürdürülmektedir. Kullanıcıların %70'ini Amerika kıtasının dışından bireyler oluşturmaktadır. 180 ülkeden 1 milyondan fazla girişimci facebook ortamında yer almaktadır. Her ay facebook kullanıcılarının %70'inden fazlası platform uygulamalarını kullanırken, 350 binden fazla aktif uygulama bulunmaktadır. 200'den fazla uygulamanın 1 milyondan fazla aylık aktif kullanıcısı bulunmaktadır. 15 binden fazla web sitesi, araç ya da uygulama Facebook Connect ile Aralık 2008'den itibaren çalışmaya başlamıştır. 30 milyondan fazla aktif kullanıcı facebookta mobil cihazlarından ulaşmaktadır. Facebooku mobil olarak kullananlar, kullanmayanlara göre %50 daha fazla aktif durumdadırlar. 50 ülkede, 150'den fazla mobil operatörle çalışılmakta ve Facebook mobil ürünlerinin tanıtımı yapılmaktadır (<http://www.facebook.com>).

Türkiye ise 2009 Haziran ayı itibariyle dünya genelinde kullanıcı sayısı en hızlı artan ülkelerden birisi olarak yaklaşık 10.119.280 milyon kişiye ulaşmıştır (<http://www.facebook.com>). Bireyler tarafından

facebook; çevrimiçi olarak kendi ağlarına ekledikleri arkadaş, akraba vb. bireyler ile ya da yeni birileri ile tanışma amacına yönelik olarak kullanılmaktadır. Çevrimiçi profil, bireylerin birbirlerinin sayfalarına yorumlar (tag) eklemelerini ve birbirlerinin profilini gören arkadaşların bir araya gelmelerini sağlamaktadır. Aynı zamanda bu profil ile Facebooka bireylerin üye olmaları; genel olarak ortak ilgilere ve aynı sınıfta olmalarına, birbirlerinin hobilerini öğrenmelerine, müzik zevklerini paylaşmalarına, romantik ilişki kurmalarına dayanmaktadır. Facebooku diğer sosyal paylaşım sitelerinden ayıran özelliği uygulama (application) eklentisidir (Ellison vd. 2007). Facebook üzerinde gerek sitenin kendisinin gerekse kullanıcıların oluşturduğu 7000'den fazla uygulama bulunmaktadır. Bireyler arasında ilişki ve etkileşim kurulmasını sağlayan bu uygulamalar genellikle arkadaşlarla fotoğraf ve resimlerin paylaşılmasını sağlayan sosyal iletişimin bir parçası olmaya hizmet etmektedir. Böylece kullanıcılarının tekrar tekrar siteye girmeleri ve uzunca bir süre bilgisayarlarının başında kalmaları sağlanmaktadır (Golder vd. 2007).

### **Üniversite öğrencilerinin yaşamında “Facebook”**

Facebook, özellikle gençler tarafından yeni insanlarla tanışmak ve iletişim kurmak amacı ile kullanılan, gençlerin kendilerini kolaylıkla ifade edebildikleri çevrimiçi bir sosyal paylaşım yazılımı uygulamasıdır (Ellison vd. 2006). Facebook gençlerin hızlı, kapsamlı, dinamik ve zevkli bir biçimde sosyal etkileşim kurmalarına olanak sağlayan elektronik verileri sunmaktadır. (Golder vd. 2007).

Var olan sosyal bağların sürdürülmesi / korunması ve yeni bağların şekillendirilmesi bakımından diğer görsel topluluk sitelerinden ayrılan facebook, çevrimiçi ve çevrimdışı kullanılan coğrafi temelli sosyal paylaşım siteleri arasında bulunmaktadır. Facebook, üniversitelerde e-mail adresiyle sınırlanan üyelikler yoluyla kampüs gibi alanlarda topluluk oluşturma açısından da diğer çevrimiçi sosyal iletişim sitelerinden ayrılmaktadır. Bu bakımdan bazı araştırmacılar bilgi teknolojilerinin; yerel toplulukların oluşturulmasını ve biraraya gelmelerini sağlayacağına, sosyal kapitalin geliştirilmesinin kolaylaşacağına inanmaktadırlar. Bu bağlamda Hampton ve Wellman (2003) facebook üyelerinin, daha çok çevrimdışı bağlantıları kullandıklarını ve bu sanal alanlarda başkaları ile görüşmelerinin daha muhtemel olduğunu belirtmektedirler (Hampton ve Wellman, 2003).

Facebookun olumsuz yönlerine ilişkin olarak yapılan çoğu araştırmalar kullanıcıların sanal ortamlarda özel yaşamlarını

sergilemeleri ve paylaşım biçimlerinin analizi üzerinde odaklanmaktadır (Gross ve Acquisti 2005; Stutzman 2006). Facebooka özellikle öğrencilerin erişmesi büyük yankı uyandırmasına rağmen, popüler medyanın haber içeriği bu iletişimin negatif etkilerine daha fazla dikkat çekmektedir. Bu problemlerin çoğu facebook kullanıcılarının profillerindeki kimliklerle gerçek kimlikleri arasındaki uyumsuzluklardan kaynaklanmaktadır (Ellison vd. 2006). Çünkü kullanıcıların çoğu sahte kimliklerle iletişim kurmaya çalışmaktadırlar. Ayrıca çevrimiçi sosyal iletişim sitelerinin, güçlü bağlar kurulmasını artırmayacağı; teknolojinin bu bağların sürdürülmesine kolaylıklar getirmesine karşın kullanıcıların kurdukları zayıf / kırılabilir bağları sürdürmelerinin / korumalarının kolaylaşacağı belirtilmektedir (Donath ve Boyd, 2004). Diğer yandan Facebook, kullanıcıları arasındaki ilişkiler nedeni ile bir tür sanal sosyal kapital ürünü olarak da açıklanmaktadır.

### **Sosyal Kapital Bağlamında “Facebook”**

Sosyal kapital kavramı, akademik çevrelerde farklı açılardan tartışılmaktadır. Ancak sosyal bilimler içinde sosyal ağları ve sivil katılımı vurgulayan bir tanım üzerinde birleşilmektedir (Ellison vd. 2006). Cole ve Healy (2001) “...gruplar arasında ya da içinde işbirliğini kolaylaştıran ortak normlar, değerler ve anlayışlar” biçiminde sosyal kapitali tanımlamaktadır (Cole ve Healy, 2001). Ancak bu tanım sosyal kapital kavramını dar bir çerçevede ele almaktadır. Bu nedenle özellikle üç önemli kuramcı sosyal kapitalin oluşturulmasında ailelere odaklanarak, ailelerin rolü ve önemi üzerinde farklı görüşler ifade etmektedirler. Bu önemli teorisyenlerden Bourdieu (1977) ve Coleman (1988) sosyal kapital için aileleri temel olarak gösterirken, Putnam (2000) böyle bir kavramsallaştırma için bireyler ya da ailelerden çok bölgesel ya da ulusal daha büyük topluluklar aracılığı ile makro çevreler açısından “sosyal kapital”in önemli olduğunu ifade etmektedir. Bourdieu (1977), aileyi kapital varlıklarının bir kuşaktan diğer kuşağa zamanla aktarıldığı yer olarak görmektedir. Bourdieu (1977)'ya göre bireyler doğduklarında, kendi kuşaklarından aktarılan ayrıcalık ya da dezavantajlara sahip olarak farklı kapital biçimlerine ulaşmaktadırlar.

Diğer taraftan Hudson ve Chapman (2002) “Amerika’da Sosyal Kapitalin Ölçülmesi” adlı çalışmada sosyal kapitali daha geniş bir çerçeveden yola çıkarak kavramsallaştırmaktadırlar. Bunlar;

- ✓ Güven
- Sosyal güven (az ya da çok)

- Irk / etnisiteye yönelik gizli güven (bir köprü kurma formu)
- ✓ İnfomal Ağlar
- Arkadaşlık ağlarının çeşitliliği (bir köprü kurma biçimi)
- Aile, arkadaş ve çağdaşlarla informal sosyalizasyon
- ✓ Formal Ağlar
- Sivil / toplumsal liderlik
- Derneklere üye olma
- Bağış yapma ve gönüllülük
- Dine / inanca yönelik katılım
- ✓ Siyasal İlgi
- Bilinen siyasal haklar (oy verme)
- Politikaları protesto etme (yürüyüşler, boykotlar, oturma eylemleri)
- ✓ Bir topluluğa karşı eşit sivil sorumluluk (ırk, gelir ve eğitim düzeyine ilişkin yapılandırılmış ölçülere göre) olarak açıklanmaktadır (Hudson ve Chapman, 2002).

Bazı araştırmacılar ise sosyal kapitali genel olarak yaşanan alandaki sorunlar ya da bu alanlardan duyulan tatmin düzeyine ilişkin *alana yönelik görüşler*; yerel ve ulusal konularda eylemde bulunma, oy verme gibi *sivil katılım*; arkadaş, yakın ve uzak çevre ile kurulan *sosyal ilişki ve destek ağları*; bir toplumdaki azınlık ya da farklı gruplara duyarlılık ve gönüllü aktiviteleri gerçekleştirme bağlamındaki *sosyal katılım*; başkalarına güven duymaya ilişkin *karşılıklı güven* kavramları ile açıklamaktadırlar (Blaxter vd. 2001; Green ve Fletcher, 2003).

Bourdieu ve Wacquant (1992) ise bireylerin sürekli iletişimlerine bağlı karşılıklı kazanımlar ya da tanınmayla ilişkili aidiyet duygusu ile birey ya da gruplar için bir hak niteliğindeki sanal ya da gerçek kaynaklardan hareketle sosyal kapitali ön plana çıkarmaktadırlar. Huysman ve Wulf (2004) sosyal kapitali değerlere dayalı saygınlık, karşılıklı destek, ortak dil, ortak normlar, sosyal güven ve karşılıklı görev duygusu bağlamında tanımlamaktadırlar (Bourdieu ve Wacquant, 1992).

Sosyal kapital; toplum sağlığı, düşük suç oranları ve daha etkin finansal pazarlar gibi çeşitli sosyal sonuçlar ile de bağlantılıdır. Öyle ki, sosyal kapital azaldığında toplumsal katılım ve potansiyel olarak toplum üyeleri arasındaki güvensizlik de artmaktadır. Artan sosyal

kapital ise; topluma uyum ve toplumsal eylemleri harekete geçirme yeteneği gibi pek çok olumlu sonuçları beraberinde getirmekte ve bu yönü ile sosyal iletişim içindeki bireylerin etkileşiminin pozitif sonucu olarak görülmektedir (Helliwell ve Putnam, 2004).

Diğer taraftan bireylerin mevcut kaynak ve fırsatları kullanarak oluşturdukları sosyal çevreleri aracılığı ile yeni bağlantılardan faydalanmaları söz konusu olmaktadır. Bu kaynaklar; bilgi, iş fırsatları ya da grupları örgütlenme kapasitesi biçiminde olabilmektedir (Granovetter, 1973; Paxton, 1999). Bu serbest bağlantılar “zayıf / kırılğan bağlar”a da işaret etmektedir (Granovetter, 1982). Sosyal ağlar içinde, birbiri ile iletişim kuran bireyler arasında doğrudan bağların olmayışı nedeni ile hem mesafe hem de boşluklar oluşabilmektedir. Bu bağlamda bazı araştırmacılara göre internet üzerinden kurulan ilişkiler başkalarıyla yüz yüze iletişimi azaltmaktadır (Nie, 2001). Bazı araştırmacılar ise aksini iddia etmektedir (Bargh ve McKenna, 2004). Kimi zaman da internet ortamındaki çevrimiçi etkileşimlerin bireyler arasındaki etkileşimlerle yer değiştirebileceği ya da desteklenebileceği, böylece çevrimiçi kurulan iletişim için harcanan zamanın telafi edilebileceği belirtilmektedir (Wellman vd. 2001).

Buraya kadar yapılan açıklamalardan hareketle sosyal kapital; bireylerin iletişim kurdukları arkadaş, aile ve diğer bireylerden oluşan yakın çevre sosyal ağları ile daha geniş gruplardan oluşan makro çevre sosyal ağları yoluyla açıklanmaktadır. Bu noktada sosyal kapitalin üç boyutu ön plana çıkmaktadır.

### **Sosyal kapitalin boyutları bağlamında “Facebook”**

Putnam (2000) sosyal kapitali “*bağlayan ve köprü kuran*” boyutları ile incelemektedir. Bağlayan sosyal kapital sınırlı kaynaklara erişmeyi ve duygusal desteği sağlayan aile ve arkadaşlar gibi yakın çevre ile kurulan güçlü bağları yansıtmaktadır. Bu boyutta; bireyler arasında daha sıkı, kenetlenmiş ve daha sıcak ilişkiler bulunmaktadır (Putnam, 2000).

Diğer taraftan özellikle internet ortamında kurulan zayıf / kırılğan bağlar sosyal kapitalin “köprü kuran” boyutu ile yakından ilişkilidir. Bu boyut dahil olmayı, bir başkasına yeni bir perspektif kazandırmayı ya da faydalı bilgiyi sağlayan ve bireyler arasında bağlantıların serbest / daha esnek olmasını olanaklı kılan; ancak duygusal desteğe yer olmayan ilişkileri ifade etmektedir (Putnam, 2000).



Ayrıca Ellison ve arkadaşları (2007) sosyal kapitalin üçüncü bir boyutu olarak belirli bir zaman sürecinde yaşanan değişimlere bağlı olarak bireyler arasındaki değerli bağlantıların "**sürdürülen (korunan) sosyal kapital**" ile sağlandığını açıklamaktadır. Bu boyut fiziksel olarak birbirlerinden ayrılan bireylerin çevrimiçi ağ araçları ile kurdukları ilişkiler sayesinde birbirlerine yakın hale gelmelerine işaret etmektedir. Özellikle bir bireyin coğrafi olarak başka bir yere hareket etmesi / taşınması ile yeniden şekillenen iletişim ağı ve diğer taraftan coğrafi olarak kurulması mümkün olmayan yani kaybedilen iletişimin yeni sosyal kaynaklarla desteklenmesi, bir anlamda sosyal kapitalin korunması sağlanmaktadır.

Bu araştırmanın amacı; sanal bir sosyal kapital alanı olarak facebook ile ilgili üniversite gençlerinin tutum ve değerlendirmelerini ortaya koymaktır.

## MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın evrenini 2008-2009 eğitim-öğretim yılında Ankara Üniversitesi'ne bağlı fakültelerde (Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, Diş Hekimliği Fakültesi, Eczacılık Fakültesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi, Fen Fakültesi, Hukuk Fakültesi, İlahiyat Fakültesi, İletişim Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Tıp Fakültesi, Veteriner Fakültesi, Ziraat Fakültesi), yüksekokullarda (Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Ev Ekonomisi Yüksekokulu, Yabancı Diller Yüksekokulu, Adalet Meslek Yüksekokulu, Başkent Meslek Yüksekokulu, Beypazarı Meslek Yüksekokulu, Elmadağ Meslek Yüksekokulu, Haymana Meslek Yüksekokulu, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Kalecik Meslek Yüksekokulu) ve Devlet Konservatuarında eğitim-öğretime devam eden öğrenciler oluşturmaktadır. Ancak Ankara Üniversitesi'ne bağlı fakülte, yüksekokul ve devlet konservatuarına kayıtlı tüm öğrencilerin;

- uzaklık nedeni ile örnekleme dahil edilmesindeki olası güçlükler,
- veri toplamaya daha fazla zaman ve enerji harcama gereği ile
- Geçerli ve güvenilir veri elde etmede yaşanabilecek olası sorunlar dikkate alınarak, örneklem hacminin 300 öğrenci ile sınırlandırılmasına karar verilmiştir. Bu amaçla verilerin daha güvenilir olarak toplanabilmesi açısından mesafe dikkate alınarak öğrencilere kolaylıkla ulaşılabilecek Ev Ekonomisi Yüksekokulu'ndan 47, Ziraat Fakültesi'nden 99, Dil, Tarih ve Coğrafya Fakültesi'nden 55,

Veterinerlik Fakültesi'nden 26, Peyzaj Mimarlığı'ndan 17 ve Eğitim Fakültesi'nden 56 olmak üzere toplam 300 öğrenci gönüllülük esasına dayalı olarak örnekleme dahil edilmiştir.

Araştırmada elde edilen verilere, öğrencilerle karşılıklı görüşülerek ulaşılmıştır. Veri toplama aracı olarak; "**Üniversite Öğrencilerini Tanıtıcı Kişisel Bilgiler**"ın yanısıra (üniversite öğrencilerinin cinsiyeti, yaş grubu, barınma durumu, Ankara'ya eğitim amacıyla geldikleri yerler, facebookla ilgilenmek için internet kullanım sıklığı); **Facebook Sosyal Kapital Ölçeği**, "**Facebook Tutum Ölçeği**" ve "**Yaşam Tatmini Ölçeği**" kullanılmıştır. Facebook sosyal kapital ölçeğinde yer alan "**Bağlayan sosyal kapital boyutu**" "Facebookta problemlerimi çözebileceğimi düşündüğüm birilerinin olduğuna inanıyorum", "Facebookta çok önemli kararlar konusunda önerilerini dinleyebileceğim pek çok insan var" gibi facebook aracılığı ile yakın/informal bireysel ilişkilere yaklaşımı irdeleyen 5 düzeyli (1 Hiç katılmıyorum- 5 Tamamen katılıyorum) likert tipi ifadelerden oluşmaktadır (Williams, 2006). "**Köprü kuran sosyal kapital boyutu**"nda "Facebook'ta farklı sosyal grupların parçası olabiliyorum", "Facebook'ta diğer insanlarla iletişimim sayesinde geniş toplulukların bir parçası olabiliyorum" gibi farklı sanal gruplara dahil olma olanağını açıklayan 5 düzeyli (1 Hiç katılmıyorum- 5 Tamamen katılıyorum) likert tipi ifadeler bulunmaktadır (William, 2006). Facebook sosyal kapital ölçeği "**Sürdürülen/Korunan sosyal kapital boyutu**" ise "Farklı bir kentte üniversiteye devam eden lisedeki arkadaşlarımla üniversite ortamını merak ediyorum", "Lise arkadaşlarımla üniversiteye başladıktan sonra bir araya gelmek zor olmuyor" gibi fiziksel olarak birbirlerinden ayrılan bireylerin facebook yoluyla birbirlerine yakınlıklarını sürdürmelerine ilişkin değerlendirmelerini ortaya koyan 5 düzeyli (1 Hiç katılmıyorum-5 Tamamen katılıyorum) likert tipi ifadelerden oluşmaktadır (William, 2006).

"**Facebook Tutum Ölçeği**", bireylerin "Facebook günlük yaşamımın bir parçasıdır", "Facebookta insanlarla iletişim kurmayı seviyorum" gibi facebookla ilgili tutum ve değerlendirmeleri açıklayan 5 düzeyli (1 Hiç katılmıyorum- 5 Tamamen katılıyorum) likert tipi ifadeleri içermektedir (LaRose vd. 2005).

"**Yaşam Tatmini Ölçeği**" "İdeallerime pek çok yönü ile yakın bir yaşamım var", "Yaşam koşullarım mükemmeldir" gibi araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin yaşamdan duydukları tatminin belirlenmesine yönelik 5 düzeyli (1 Hiç katılmıyorum- 5 Tamamen katılıyorum) likert tipi ifadelerden oluşmaktadır (Diener vd. 1985).

### Verilerin değerlendirilmesi

Araştırmada elde edilen veriler, SPSS v.16 (Statistical Package for The Social Sciences) istatistik paket yazılım programı kullanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde öncelikle ölçeklerin güvenilirliği sınanmış, iç tutarlılık katsayısı olan "**Cronbach Alpha**" ve "Faktör Analizi" kapsamında varyans değeri ölçek ve alt ölçeklerin her biri için hesaplanmıştır. Facebook sosyal kapital ölçeği kapsamındaki bağlayan sosyal kapital alt ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı 0,75, köprü kuran sosyal kapital alt ölçeğinin 0,75, sürdürülen / korunan sosyal kapital boyutu alt ölçeğinin 0,81 olarak bulunmuştur. Facebook tutum ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı 0,92 iken, yaşam tatmini ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı 0,73 olarak belirlenmiştir (Tablo 1). Analiz sonuçları araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin geçerli ve güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmada bireyleri tanıttıcı demografik bilgiler sayı ve yüzde değerleri hesaplanarak verilmiştir. Ölçekler arasındaki karşılıklı ilişki "**Pearson Korelasyon Analizi**" yapılarak irdelenmiş ve seçilen değişkenlerin sanal sosyal kapital olarak facebook tutumları üzerindeki etkisi "**Çoklu Regresyon Analizi**" yapılarak açıklanmıştır.

**Tablo 1:** Araştırmada kullanılan ölçekleri betimleyen istatistikler

	Soru sayısı	Puan aralığı	Tek faktörün açıkladığı varyans	İç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alpha)
<b>Facebook Sosyal Kapital Ölçeği</b>				
Bağlayan sosyal kapital	5	(1-Hiç katılmıyorum – 5-Tamamen katılıyorum)	50.6	75.0
Köprü kuran sosyal kapital	7	(1-Hiç katılmıyorum – 5-Tamamen katılıyorum)	53.5	75.0
Sürdürülen / Korunan sosyal kapital	5	(1-Hiç katılmıyorum – 5-Tamamen katılıyorum)	50.1	81.0
<b>Facebook Tutum Ölçeği</b>	8	(1-Hiç katılmıyorum – 5-Tamamen katılıyorum)	66.9	92.0
<b>Yaşam Tatmini Ölçeği</b>	5	(1-Hiç katılmıyorum – 5-Tamamen katılıyorum)	50.6	73.0

## BULGULAR VE TARTIŞMA

### Araştırmaya katılan gençleri tanıtıcı bilgiler

Araştırma kapsamına alınan gençlerin cinsiyet, yaş, barınma durumu, eğitim amacıyla geldikleri yer ve internet kullanım sıklığına ilişkin kişisel bilgiler sayı ve yüzde değerleri ile Tablo 2’de verilmiştir. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin % 61’i kız, % 39’u erkektir. Bu gençlerin % 78.3’ ü 18-23, % 13.7’si 24-28 yaş grubunda ve % 8’i ise 18 yaşından küçüktür (Tablo 2).

**Tablo 2:** Araştırmaya dahil edilen gençlere ilişkin kişisel bilgilerin dağılımı

Cinsiyet	Sayı	%	Yaş grubu	Sayı	%
Kız	183	61.0	<18	24	8.0
Erkek	117	39.0	18-23	235	78.3
			24-28	41	13.7
Barınma Durumu			Geldikleri yerler		
1-Ailemle birlikte	101	33.7	Üç büyük şehir (İstanbul, Ankara, İzmir )	122	40.7
2-Arkadaşlarımla ortak bir evde	74	24.7	Diğer şehirler	178	59.3
3-Akrabalarımla birlikte	10	3.3	İnternet kullanım sıklığı		
4-Yurtta	105	35.0	<60 dk	109	36.3
5-Diğer	10	3.3	1-2 saat	62	20.7
			>2 saat	129	43.0
<b>TOPLAM</b>			<b>N= 300</b>	<b>100.00</b>	

### Bazı değişkenlerin sanal sosyal kapital olarak facebook tutumları üzerindeki etkisi

Bu bölümde, seçilen bazı değişkenlerin (cinsiyet, yaş grubu, barınma durumu, Ankara’ya eğitim amacıyla geldikleri yerler, facebookla ilgilenmek için internet kullanım sıklığı) genel olarak sanal sosyal kapital olarak facebooka ilişkin gençlerin tutumları üzerindeki etkisi çoklu regresyon analizi ile incelenmiştir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde, cinsiyet (p=.05) ve internet kullanım sıklığının (p=.01) sanal sosyal kapital olarak facebooka ilişkin gençlerin tutumları üzerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır (Tablo 3).

**Tablo 3:** Sanal sosyal kapital olarak facebook tutum ölçeğine ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	B	Standart HataB	B	T	P	İkili r	Kısmi r
Sabit	33.661	5.582	-	6.030	.000	-	-
Cinsiyet	4.293	1.693	.147	2.536	.012	.188	.146
Yaş grubu	.189	1.436	.007	.132	.895	.039	.008
Barınma durumu	-.280	.695	-.027	-.403	.687	-.077	-.024
Ankara'ya eğitim amacıyla geldikleri yerler	1.507	1.844	.052	.817	.414	.017	.048
İnternet kullanım sıklığı	3.024	.943	.189	3.206	.001	.220	.184

### Facebook sosyal kapital ölçeği, facebook tutum ölçeği ve yaşam tatmini arasındaki ilişki

Araştırmada gençlerin facebook sosyal kapitali ölçeğinin tüm boyutlarına ilişkin değerlendirmeleri, facebook tutum ve algıları ile yaşam tatminleri arasındaki ilişki pearson korelasyon analizi yapılarak irdelenmiştir (Tablo 4). Analiz sonucunda facebook sosyal kapital ölçeğinin tüm boyutları (bağlayan-köprü kuran-sürdürülen/korunan), facebook tutum ölçeği ve yaşam tatmini ölçeğinin birbiri ile .01 istatistik düzeyinde ilişkili olduğu bulunmuştur. Ancak bu ölçekler arasında köprü kuran sosyal kapital boyutunun facebookla ilgili tutumlar üzerinde yüksek düzeyde ( $r=.785$ ) belirleyici olduğu; buna bağlayan sosyal kapital boyutunun köprü kuran sosyal kapital ( $r=.747$ ) ve facebooka ilişkin tutumlar ( $r=.701$ ) üzerindeki yüksek düzeydeki etkisinin neden olduğu belirlenmiştir. Ayrıca facebooka ilişkin gençlerin tutumları, yaşamdan duydukları tatmin ( $r=.406$ ) üzerinde orta düzeyde belirleyici rol oynamaktadır. Buna göre facebookta gençlerin; genellikle yakın çevrenin duygusal desteği, sıkı ve sıcak ilişkiler yoluyla sanal da olsa güçlü bağlar kurdukları anlaşılmaktadır. Bu bağlar yoluyla, gençlerin birbirlerinin ağlarındaki bireylerle tanışarak farklı sosyal, toplumsal gruplar ve çevreler ile kırılğan / zayıf da olsa bağlantılar sağladıklarını söylemek mümkündür. Böylece sanal ortamda (facebook) kendilerini ifade ettikleri alan genişleyerek, gençler facebooka ilişkin olumlu tutum ve algılar geliştirmektedirler. Genç bireylerin bir teknoloji devi olan facebookla ilgili olumlu değerlendirmeleri ise yaşamdan hoşnutluklarını, mutluluk algılarını değiştirmekte, bir anlamda yaşam tatminini de etkilemektedir (Tablo 4).

**Tablo 4:** Facebook sosyal kapital alt ölçekleri ile facebook tutum ölçeği ve yaşam tatmini ölçeği arasındaki ilişkinin pearson korelasyon analizi sonuçları

	Bağlayan sosyal kapital boyutu	Köprü kuran sosyal kapital boyutu	Sürdürülen/ Korunan sosyal kapital boyutu	Facebook Tutum Ölçeği
<b>Facebook Sosyal Kapital Ölçekleri</b>				
Köprü kuran sosyal kapital boyutu	<b>.747**</b>			
Sürdürülen / Korunan sosyal kapital boyutu	.559**	574**		
<b>Facebook Tutum Ölçeği</b>	<b>.701**</b>	<b>785**</b>	.508**	
<b>Yaşam Tatmini Ölçeği</b>	.311**	422**	.356**	.406**

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonucunda toplumsal cinsiyet ve internet kullanım sıklığının sanal bir sosyal kapital olarak facebooka ilişkin gençlerin tutumları üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Facebook sosyal kapital ölçeğinin tüm boyutları (bağlayan-köprü kuran-sürdürülen/korunan), facebook tutum ölçeği ve yaşam tatmini ölçeği birbiri ile ilişkilidir. Gençlerin facebookla ortaya çıkan bağlayan sosyal kapitaleri arttıkça, köprü kuran sosyal kapitaleri de artarak facebooka ilişkin olumlu tutumlar geliştirdikleri, böylece yaşamdan tatmin oldukları elde edilen önemli bir bulgu olarak dikkati çekmektedir. Ancak burada özellikle belirtilmesi gereken, facebookla sanal ya da kısmen sanal olarak genişleyen sosyal kapital gençlere yeni sosyal ya da toplumsal gruplara dahil olma olanağı sağlamakla birlikte, kurulan ilişkiler sanal ortamda daha kırılgandır. Çünkü gençler yüz yüze iletişim kurdukları sınıf arkadaşı, okul arkadaşı, mahalle arkadaşı, ev arkadaşı, asker arkadaşı gibi arkadaşlıklar yerine Facebook, MSN, Twitter ve Myspace arkadaşlığını ya da kardeşliğini tercih ederek, farklı paylaşımların üyesi olmaktadır. Özellikle son zamanlarda araştırmacılar sanal bağlantılar yoluyla kimi zaman yeni iş fırsatlarından, araştırma olanaklarından, gündeme ilişkin toplumsal sorunlardan bireylerin haberdar olmalarını sağlayan köprü kuran sosyal kapitalin oluşmasına hizmet eden internet odaklı bağlantıların önemine değinmektedirler (Resnick, 2001). Böylece köprü kuran sosyal kapital, bireylerin sahip oldukları kaynakları paylaşarak iletişim ağlarının yayılmasına, daha geniş iletişim gruplarının kazanılmasına ve bu ilişkilerin sürdürülmesine hizmet eden sınırları esnek

toplulukları destekleyen özellikle facebook gibi sitelerle artırılmaktadır (Donath ve Boyd, 2004; Resnick, 2001; Wellman vd. 2001).

Diğer taraftan bazı araştırmacılar ise genç bireylerin üniversite eğitimi amacıyla evden ayrılarak eski arkadaşları ile olan bağlantılarını kaybetmeleri nedeni ile yaşadıkları üzüntüden yola çıkarak “arkadaş hastalığı” kavramını kullanmaktadırlar (Paul ve Brier, 2001). Öyle ki, üniversite ortamına gelen genç bireyler eski arkadaşları ile önde gelen internet teknolojilerinin özelliklerini kullanarak görüşmektedirler. Bu nedenle üniversite eğitimi, genç bireyler için önemli yaşam değişikliklerini de beraberinde getirmekte ve böylece lise dönemindeki arkadaşlarla kurulan ilişki ve etkileşimleri sürdürmeye bağlı olarak sosyal kapital değişebilmektedir. Çünkü üniversite eğitimine başlayarak yeni bir ortama taşınan genç birey, üniversitede yeni iletişim ağları oluşturmaktadır. Diğer taraftan üniversiteye gelen gençler için sıklıkla lisede kurulmuş geniş iletişim ağları kopabilmekte ya da tamamen terk edilebilmekte bu da yitirilen sosyal kapitale işaret etmektedir.

Türkiye’de şimdiye kadar sadece Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Doç Dr. Mutlu Binark’ın bazı öğrencileri ile birlikte yürüttüğü facebook araştırması bulunmaktadır ve araştırmanın sonuçları ilginç bulgular ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçlarına göre facebook kullanıcılarının yarısından fazlası video, müzik ve fotoğraflarını paylaşmak amacıyla facebooku kullanmakta, kullanıcılar için facebook “iletişim aracı”, “gözetleme maksadı”, kullanım aracı”, “boş zaman geçirme aracı”, “buluşma yeri” “paylaşım aracı”, “yalnızlık duygusunu gideren araç” ve “sosyal ilişki düzeyini belirleme aracı” olarak görülmektedir. Diğer taraftan facebook kullanıcıları için birbirleriyle iletişim kurdukları konunun içeriği kısalarak, niteliği de değişmektedir. Bu araştırmadan yola çıkarak Binark ve öğrencileri facebook kullanıcılarının sanal uzamdaki bu varoluş biçiminin aslında bir paylaşım olduğuna da dikkat çekmekte ve mahrem olanın sınırlarının değiştiğini savunmaktadır. Nitekim facebooktaki siyasal ve toplumsal kampanyaların, sanaldan gerçeğe taşınmasının sınırlı olduğunu belirten Binark ve öğrencileri, internet kullanan genç bir bireyin tek bir düğmeye basarak sayısız kampanyayı desteklediğini, ama konunun sadece kampanyayı yürüten örgütün gerçek uzamda üyesi olduğunda gerçek uzama geçtiğini belirtmektedir. Ayrıca Binark, kullanıcıların gündelik yaşamlarında ırkçı, militarist, cinsiyetçi ve homofobik bakış açılarını facebook ortamına taşıyarak, bu ortamı nefret içerikleri üretmek ve diğer taraftan Münevver Karabulut cinayeti gibi toplumsal olayların paylaşıldığı alan olarak kullandıklarına dikkati

çekmektedir (Toprak vd. 2009). Bu noktadan hareketle sanal bir sosyal kapital alanı olarak facebook, sahip olduğu artı ve eksilerle değerlendirilmelidir. Çünkü her şeyi ihmal edecek kadar sanal arkadaşlıklara yönelen genç birey için internet, zarar verici hale gelebilmektedir. Gençlerin fiziksel ve ahlaksal gelişimi için insanlarla iç içe olması önemlidir. Ama genç birey, bu gelişimi bilgisayar karşısında geçirirse dışarı çıktığında kendisini kimseye anlatamadığından şikayet edebilir. Bireyler tüm arkadaşlık ilişkilerini sanal ortama göre şekillendirebilir ve karşısındakine de kendi istediği gibi yansıtabilir. Böylece güvenli olmayan bir ortam nedeni ile birey, çevresindeki herkesin yalan söylediğini düşünebilmektedir. Özellikle üniversite ortamına gelen gençler, bu açıdan daha hassas bir yaşam sürdürdükleri için aileler başta olmak üzere üniversitelerin ve medyanın teknolojinin sunduğu fırsat ve kolaylıkların olumlu ve olumsuz yönleri konusunda gençlere gerekli desteği göstermesi büyük önem taşımaktadır.



**KAYNAKLAR**

- Bargh, J., and McKenna, K. (2004). The internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55 (1): 573-590.
- Blaxter, M., Poland, F., and Curran, M. (2001). Measuring social capital: A qualitative study of how older people relate social capital to health. Final Report to the Health Development Agency, HDA, London.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press, UK.
- Bourdieu, P., and Wacquant, L. 1992. *An invitation to reflexive sociology*. University of Chicago Press, Chicago.
- Cole, S. and Healy, T. (2001). The well-being of nations: The role of human and social capital. Organization of Economic Co-operation and Development (OECD), Paris.
- Coleman, J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Diener, E., Emmons, R.A., Larsen, R.J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75.
- Donath, J. and Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22 (4), 71-82.
- Ellison, N., Steinfeld, C., and Lampe, C. (2006). Spatially bounded online social networks and social capital: The role of Facebook. Annual Conference of the International Communication Association (ICA), June 19-23, Dresden, Germany.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., and Lampe, C. (2007). The benefits of facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1.
- Golder, S.A., Wilkinson, D.M., and Huberman, B.A. (2007). Rhythms of social interaction: Messaging within a massive online network. Third Communities and Technologies Conference, pp. 41-66, Michigan State University, USA (Proceeding).
- Granovetter, M.S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78 (6): 1360-1380.

- Granovetter, M.S. (1982). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Social Structure and Network Analysis* (Ed. P. V. Marsden and N. Lin ), pp. 105-130, Thousand Oaks.
- Green, H., and Fletcher, L. (2003). Social capital harmonised question set. ONS Social and Vital Statistics Divisions, London.
- Gross, R., and Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. *ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society (WPES)*, November 7, Alexandria, Virginia, USA.
- Hampton, K., and Wellman, B. (2003). Neighboring in Netville: How the internet supports community and social capital in a wired suburb. *City & Community*, 2 (4): 277-311.
- Helliwell, J.F., and Putnam, R.D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society*, 359 (1449): 1435-1446.
- <http://www.facebook.com>. İstatistikler. Erişim Tarihi: 22.08.2009
- Hudson, L. and Chapman, C. (2002). The measurement of social capital in the United States. *International Conference on the Measurement of Social Capital*, September 2002, London, England.
- Huysman, M. and Wulf, V. (2004). Social capital and information technology: Current debates and research'. *Social capital and information technology*. (Ed. M. Huysman and V. Wulf ), pp. 1-16, Cambridge.
- LaRose, R., Lai, Y.-J., Lange, R., Love, B., & Wu, Y. (2005). Sharing or piracy? An exploration of downloading behavior. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (1), <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue1/larose.html>, 2009, Erişim Tarihi: 14.05.2006.
- Nie, N.H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the internet: Reconciling conflicting findings. *American Behavioral Scientist*, 45 (3): 420-35.
- Paul, E., and Brier, S. (2001). Friendsickness in the transition to college: Precollege predictors and college adjustment correlates. *Journal of Counseling and Development*, 79 (1): 77-89.

- Paxton, P. (1999). Is social capital declining in the United States? A multiple indicator assessment. *American Journal of Sociology*, 105 (1): 88-127.
- Putnam, R.D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Resnick, P. (2001). Beyond bowling together: Sociotechnical capital. *HCI in the new millennium: Addison-Wesley*. (Ed: J. Carroll ), pp. 1-24.
- Stutzman, F. (2006). An Evaluation of Identity-Sharing Behavior in Social Network Communities. *International Digital and Media Arts Journal*, 3(1). 10-18
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygöl, E., Binark, M., Börekçi, S., Çomu, T. (2009). Toplumsal paylaşım ağı Facebook: "Görülüyorum öyleyse varım!". *Kalkedon Yayıncılık: 96, Eğitim ve Kültür Dizisi:18 (Birinci Baskı), İstanbul*.
- Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., and Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist*, 45 (3): 436.
- Williams, D. (2006). On and off the 'net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (2), article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/williams.html>, 2009. Erişim Tarihi: 25.06.2008.

