

## Facebook Sosyal Sermayeyi Nasıl Etkiler?

Deniz ENİÇ\*

Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi  
Psikoloji Bölümü

### ÖZET

Son dönemde bilgi ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmelerin sonucu olan çevrimiçi sosyal paylaşım platformları, günümüzde sosyal ilişkilerin sürdürülmesinde önemli rol oynamaktadır. Çevrimiçi sitelerin gün geçtikçe popülerleşmesi, araştırmacıları bu platformların günlük yaşam çıktılarını incelemeye yönlendirmektedir. Mevcut makalenin temel amacı en popüler sosyal ağ sitelerinden biri olan Facebook'un sosyal sermaye üzerine etkilerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, alanda yapılan görgül çalışma bulguları değerlendirilmiştir. İncelenen araştırmalar, Facebook kullanımı ve aracı sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Öte yandan, alan yazında Facebook ve dayanışmacı sosyal sermaye arasındaki ilişkiye dair birbiri ile çelişen bulgular mevcuttur. Ayrıca, ele alınan çalışmaların ardından tüm Facebook eylemlerinin benzer düzeyde sosyallik içermediği ve Facebook'un sosyal sermaye üzerindeki etkisinin sitede kullanılan iletişim pratiklerine bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Facebook gibi sosyal ağlarda belirli iletişim pratiklerini kullanan kişiler, bu platformlardan daha fazla sosyal sermaye kazanmaktadır. Sonuç olarak, mevcut makale boyunca Facebook'un sosyal sermaye üzerindeki rolü ve bu sitenin nasıl etkin bir şekilde kullanılabileceği hakkında hem kullanıcılara ve hem de araştırmacılara önemli bilgiler sunulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Ağ Siteleri, Facebook, Aracı Sosyal Sermaye, Dayanışmacı Sosyal Sermaye

---

\* Araştırma Görevlisi, Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, denic@adanabtu.edu.tr

## **How Does Facebook Affect Social Capital?**

Deniz ENİÇ\*

Adana Science and Technology University

Psychology Department

### **ABSTRACT**

Online social sharing platforms, which are the result of recent developments in information and communication technologies, play an important role in maintaining social relationships today. The increase in the popularity of online sites lead researchers to study the daily life outputs of these sites. The main purpose of the current paper is to investigate impact of Facebook, which is the one of the most popular social network sites, on social capital. For this purpose, findings of the studies conducted in the field have been evaluated. The results of these studies indicate that there is positive relationship between Facebook use and bridging social capital. On the other hand, there exist conflicting findings in the literature about association between Facebook and bonding social capital. Also, after the studies it has been noticed that not all Facebook activities are equally social and impact of this site on social capital depends on communication practices used in there. Individuals who use certain communication practices in social network sites like Facebook gain more social capital from those platforms. To conclude, throughout the present article crucial information is provided to both users and researchers about the role of Facebook on social capital and how this platform can be used effectively.

**Keywords:** Social Network Sites, Facebook, Bridging Social Capital, Bonding Social Capital

\* Research Assistant, Adana Science and Technology University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Psychology Department, denic@adanabtu.edu.tr

## 1. GİRİŞ

Hızlı gelişen yapısı ile internet, yaşamın her alanını etkileyen, değiştiren ve dönüştüren bir bağlam haline gelmiştir. İnternet teknolojilerindeki gelişmeler mekâna esneklik kazandırmış; uzak ve yakın kavramları, internet kullanımı ile mekânsal kısıtlamalardan kurtulan çağımız insanı için anlam değiştirmiştir (Kılıç, 2015). Günümüzde insanlar, internet aracılığıyla istedikleri herhangi bir konuya ilişkin sınırsız bilgiye kolaylıkla ulaşabilir veya dünyanın diğer ucundaki kişilerle oldukça hızlı ve zahmetsiz şekilde iletişim kurabilir hale gelmiştir.

İnsanların internet teknolojilerine ilişkin alışkanlıkları tarihsel bir çizgide incelendiğinde, internetin temel kullanım amacında zaman içinde bir değişim olduğu gözlenmektedir. 1990'lı yıllarda daha çok bilgi ve eğlence amaçlı kullanılan internetin, günümüzde öncelikli olarak sosyal ihtiyaçlar doğrultusunda kullanıldığı görülmektedir (Kwon, Dangelo ve Mcleod, 2013). İnternetin birincil kullanım amacındaki bu dönüşüm, bir bakıma sosyal ağ sitelerinin ortaya çıkmasının ve her kesiminden insan tarafından hızlıca benimsenmesinin bir sonucudur. 2000'li yıllarda geliştirilen sosyal ağ sitelerinin, insanların sosyalleşmesi adına yeni bir dünya sunduğu ve sosyalleşme sürecine farklı bir boyut kazandırdığı rahatlıkla söylenebilir. İnternet aracılı iletişim kanalları artık mobil telefon, tablet ve bilgisayar gibi araçlarla günün her anında çeşitli sosyal ağlarda varlığını sürdüren günümüz insanı için diğerleri ile etkileşime girmenin en zahmetsiz yollarından biri haline gelmiştir.

Son dönemde hemen hemen herkes tarafından kullanılan sosyal ağlar, insanların arkadaşları ve aileleri ile iletişim halinde olmaları ve yeni kişilerle tanışarak çeşitli bağlar kurmaları amacıyla tasarlanmıştır (Burke, Kraut ve Marlow, 2011). Geliştirilme amacı ile tutarlı olarak, bu platformlara üye olan kişilerin sosyal ilişkilerinin önemli bir bölümünü çevrimiçi ortamlarda sürdürdüğü görülmektedir. We Are Social ve Hootsuite tarafından hazırlanan ve 2017 yılı internet kullanımına dair önemli istatistikler sunan "Digital in 2017 Global Overview" raporuna göre dünya nüfusunun üçte biri sosyal medya kullanırken, kullanıcıların büyük çoğunluğu sosyal medya hesaplarına mobil cihazları aracılığıyla bağlanmaktadır. Kısacası, bugünlerde insanlar bilgisayara dahi gerek duymadan buldukları her ortamda bir diğeri ile kolaylıkla etkileşime girebilmektedir. Dolayısıyla, sosyal ağların insanların sosyalleşme sürecini önemli ölçüde etkileyen bir bağlam haline gelmesi kaçınılmazdır.

Sosyal ağların gün geçtikçe yaygınlaşması, bu platformların gerek birey, gerekse toplum düzeyinde etkilerinin incelenmesini bir gereklilik haline getirmiştir. Bu makalenin başat amacı,

günlük yaşamın vazgeçilmez bir yönü haline gelen çevrimiçi sosyal ağların insanların sosyalleşme sürecini nasıl etkilediğini sosyal sermaye kavramı üzerinden incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, Türkiye’de ve dünyada en popüler sosyal paylaşım platformu olan Facebook seçilmiş ve bu platformun kişilerin sosyal sermaye düzeylerine yansımaları üzerinde durulmuştur. Mevcut makale kapsamında, Facebook kullanımı ve sosyal sermaye arasındaki ilişkinin derinlemesine anlaşılması adına ilgili konuda yapılmış görgül araştırmalar incelenmiş ve bu çalışmalardan elde edilen sonuçlar bir araya getirilmiştir. Makale boyunca, sırası ile Facebook kullanımının, sitedeki arkadaş sayısının ve site üzerinden gerçekleştirilen çeşitli aktivitelerin bireylerin sosyal sermaye düzeylerini nasıl etkilediğinden bahsedilmiştir.

## 2. SOSYAL SERMAYE KAVRAMI

Sosyal sermaye kavramı iktisat, sosyoloji ve psikoloji gibi farklı disiplinlerde sözü edilen ve çok sayıda kuramsal yaklaşımdan beslenen bir kavramdır (Ağcasulu, 2017). Dolayısıyla bu kavram, anlamı ve kullanımı araştırmacıların alanı ve ideolojik tercihleri çerçevesinde belirlenen; tek bir tanımı yapılması mümkün olmayan, muğlak ve oldukça geniş içerikli bir yapıdadır (Ongan, 2013). Farklı teorisyenlerin bu kavrama ilişkin geliştirdiği açıklamalar incelendiğinde, araştırmacıların sosyal sermayeyi genel olarak *bireylerin sosyal ilişki ve etkileşimlerinden elde ettikleri kazançlar* şeklinde tanımladıkları söylenebilir. Bilindiği gibi, sosyal ilişkiler insanlara kendi çabaları ile ulaşabilecekleri maddi ve manevi imkânlardan çok daha fazlasını sunar. Karşı taraftan duygusal destek görmek, sosyal etkileşimler aracılığıyla farklı fikirlere maruz kalmak ve yeni bilgiler edinmek bu kazançlardan yalnızca bazılarıdır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2010). Sosyal sermaye kavramı ile tıpkı finansal yatırımlar gibi sosyal ilişkilere yapılan yatırımların kişilere çeşitli getirileri olacağı ileri sürülür.

Sosyal sermaye olgusunun günlük yaşamdaki yansımalarına dair yürütülen araştırmalar, güçlü sosyal bağlantıların birey, grup ve toplum düzeyinde olumlu çıktıları olduğuna işaret etmektedir. Birey açısından bakıldığında yüksek sosyal sermaye düzeyinin, kişilerin psikolojik iyi oluşlarına katkı sağladığı görülür (Giordano ve Lindstrom, 2010). Örneğin, günlük yaşamda düşük duygusal ve sosyal desteğe sahip insanların depresyon riski altında oldukları bilinmektedir (Prince, Harwood, Blizard, Thomas ve Mann, 1997). Grup düzeyinde etkilere ilişkin yürütülen araştırmalar, sosyal sermaye düzeyinin grup üyeleri arasındaki işbirliğinin artmasına katkı sağladığını ortaya koymaktadır (Hudaykulov ve Hongyi, 2015). Toplumsal hayattaki sonuçlarla ilgili yapılan

çalışmalar ise insanların sosyal sermaye düzeyindeki yükselişin toplumdaki suç oranının düşmesine zemin hazırladığını göstermektedir (Adler ve Kwon, 2002). Kısacası, sosyal sermaye alanında yürütülen araştırmalar sosyal sermayenin farklı boyutlarda olumlu etkilerine işaret etmektedir.

### **3. SOSYAL AĞ SİTELERİ VE SOSYAL SERMAYE ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Genel anlamda çevrimiçi iletişim, özel anlamda sosyal ağ siteleri iletişimin doğasını, iletişime girilen kişi sayısını ve iletişime girmek adına harcanan çabayı değiştirme potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla, çevrimiçi sosyal ağlar günümüzde insanların sosyal ilişki kaynaklı kazançlarını etkileyen önemli bir platform haline gelmiştir. İnternet kullanımının bireylerin sosyal becerilerine yansımalarına dair yürütülen ilk dönem çalışmalarında, internetin sosyal ilişkiler üzerinde paradoksal bir etkisi görülmüştür. Bu araştırmaların sonuçlarına göre internet kişiler arası çevrimiçi etkileşimi kolaylaştırmasına rağmen, bireylerin birbirine bağlılığını azalttığından sosyal ilişkileri olumsuz etkilemektedir (Kraut ve ark. 2002; Nie, 2001). Bu konuda yürütülen çalışmalardan elde edilen ilk bulgular, interneti yoğun şekilde kullananların günlük yaşama katılımının azaldığını; ayrıca bu kişilerin yalnızlık ve depresyon riski ile karşı karşıya kaldıklarını ortaya koymaktadır (Kraut ve ark. 1998).

Birbirinden farklı özelliklere sahip sosyal paylaşım ağlarına bakıldığında, tüm bu ağların insanlara benliklerini çevrimiçi ortamda diğerlerine sunma, mevcut sosyal ilişkilerini koruma ve yeni bağlantılar kurma imkânı sağladığı görülür (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). İnsanlar, bu kanallar aracılığıyla oluşturdukları profillerde metin, fotoğraf ve video gibi farklı içerikteki gönderiler paylaşarak benliklerini çevrimiçi sosyal bir dünyaya taşımakta ve bu platformlarda diğerleri ile her geçen gün daha da artan bir düzeyde etkileşime girmektedir. Birçok teorisyen çevrimiçi sosyal ağların çeşitli teknik özellikleri nedeniyle kişilerin sosyal sermaye düzeylerini olumlu etkileyeceğini ileri sürmüştür (Burke ve ark. 2011; Johnston, Tanner, Lalla ve Kawalski, 2013). Çevrimiçi sosyal ağların bireylerin sosyal ilişkilerini olumlu etkilemesinin en önemli nedeni, bu platformların kullanıcılarına çeşitli kolaylıklar sunmasıdır. Kanalların sağladığı en önemli kolaylıklardan biri mesafelerin ortadan kalkmasıdır. Çevrimiçi sosyal platformlar birbirinden farklı bölgelerde yaşayan insanlar arasındaki bağlantının sürdürülmesini sağlar. Bu kanalların önemli başka bir yönü belirli özelliklere sahip kişilere ulaşımı kolaylaştırmasıdır. Şöyle ki, internet aracılı iletişim kanalları, insanların kendileri ile ortak duygu ve düşünceleri paylaşan

kişilere ulaşımını hızlandırır. Günlük yaşam içerisinde, belirli konularda paralel tutumlara sahip çok sayıda insanın bir araya gelerek fikir alışverişinde bulunması emek ve zaman gerektiren bir süreci kapsarken; böylesi bir birliktelik sosyal paylaşım platformları aracılığıyla hayli kolay ve pratik bir şekilde gerçekleşmektedir (Yıldız, 2017). Tüm bu özellikleri göz önünde tutulduğunda, daha yakın zamanlı çalışmalardan, internet aracılı iletişim kanallarının sosyal ilişkilere olumsuz etkilerini ortaya koyan ilk araştırmaların aksine, bu kanalların insanların sosyal ilişkilerini geliştirdiği yönünde sonuçlar elde edilmesi şaşırtıcı değildir.

Sosyal paylaşım ağları, kullanıcılarının hem hâlihazırda tanıdığı kişilerle iletişim kurmalarına hem de yeni insanlar tanımalarına imkân sağlar. Ellison, Steinfeild ve Lampe'nin (2007) üniversite öğrencilerinden veri topladıkları araştırmada, öğrencilerin sosyal ağları öncelikli olarak mevcut çevrimdışı ilişkilerini sürdürmek amacıyla kullandıkları bulunmuştur. Ayrıca, uzakları yakın kılan internet aracılı iletişim kanalları, aralarına mesafe giren kişiler arasındaki mevcut ilişkilerin, internetin bu denli yaygın olmadığı dönemlere kıyasla çok daha zahmetsiz şekilde sürdürülmesini sağlar (Steinfeild ve ark. 2008). Mevcut bağları kuvvetlendiren çevrimiçi sosyal ağlar, diğer yandan yeni bağlar kurulmasına da olanak sunar. Araştırmalar, insanların çevrimiçi ortamlarda karşılaştığı kişilerle etkileşimlerini günlük yaşamda yüz yüze iletişime taşıdıklarına işaret etmektedir. Örneğin, Parks ve Floyd'un (1996) çalışmasından elde edilen sonuçlarda, çevrimiçi platform kullanıcılarının bu kanallar aracılığı ile tanıştığı kişilerle ilişkilerini telefon ve yüz yüze iletişim gibi farklı bağlamlarda devam ettirdikleri görülmüştür. Diğer bir ifadeyle, internet ortamında başlayan ilişkiler zaman içinde günlük yaşama transfer edilmektedir. Kısacası, bireyler sosyal ağ sitelerini kullanarak zayıf bağları ile iletişime girmekte, mevcut bağlarını güçlendirmekte ve yeni bağlar kurmaktadır. Tüm bu sonuçlar, sosyal ağ sitelerinin insanların sosyal sermaye düzeylerine olumlu yansımaları olduğuna işaret etmektedir.

### **3.1.Genel Facebook Kullanımı ve Sosyal Sermaye**

Günümüzde çevrimiçi sosyal paylaşım ağı denildiğinde akla ilk gelen platformlardan biri Facebook'tur. 4 Şubat 2004 tarihinde Mark Zuckerberg tarafından öncelikle Harvard Üniversitesi öğrencileri için geliştirilen Facebook, bugünlerde dünyanın her yerinden kullanıcısı olan küresel bir iletişim kanalı haline gelmiştir. We Are Social ve Hootsuite'in hazırladığı Türkiye'nin de içinde bulunduğu "Western Asia" raporuna göre, Türkiye'deki 51 milyon sosyal medya kullanıcısının en aktif şekilde kullandığı platform Facebook'tur.

Hem küresel hem de yerel ölçekte bu denli popüler olan Facebook, özellikle mobil uygulama kullanımındaki artışın ardından kullanıcıların günlük iletişim pratiklerinden biri haline gelmiştir (Barkhuus ve Tashiro, 2010). Hemen hemen herkesin internet ve sosyal medya kullanıcısı olduğu modern dünyada kişiler arası etkileşimi şekillendiren söz konusu çevrimiçi paylaşım kanalı, bir bakıma sosyalizasyon sürecine yeni bir anlam kazandırmış; çeşitli teknik özellikleri ile kullanıcılarının sosyal ilişkilerine yatırım yapmalarını ve ilişkilerden çeşitli kazançlar elde etmelerini kolaylaştırmıştır (Ellison, Vitak, Gray ve Lampe, 2014). Kişisel bilgilerin girişini gerektiren bu platformun bireye sundukları arasında, diğerleri hakkında bilgi sahibi olmayı sağlaması; diğerleri ile bağlantılı olma hissini arttırması; kişiler arası karşılıklılık ve güven oluşumunu kolaylaştırması sıralanabilir. Kısacası, Facebook sosyalliğe dayalı teknik özellikleri sayesinde kullanıcılarının sosyal etkileşim ihtiyaçlarının giderilmesine önemli katkılar sağlamaktadır (Valenzuela, Park ve Kee, 2009).

Kişiler arasında kurulan ilişkiler birbirinden farklı yakınlık seviyelerinde seyrederek. İnsanlar aile üyeleri ve arkadaşları gibi aralarında duygusal bağ olan kişilerle yakın ve güçlü sosyal ilişkiler kurarken; okul veya iş ortamı gibi bağlamlarda tanıştığı çoğu kişi ile zayıf bağlantılar kurmaktadır. Bireye sağladığı kazanca bağlı olarak sosyal sermayenin farklı türleri olduğunu ifade eden Putnam (2000) dayanışmacı (bonding) ve aracı (bridging) sosyal sermaye olmak üzere temelde iki tür sosyal sermayeden bahseder. *Dayanışmacı sosyal sermaye* aile ve yakın arkadaşlar gibi duygusal olarak birbirine bağlı ve birincil ilişkilere dayalı sermaye türüdür. *Aracı sosyal sermaye* ise aralarında zayıf bağlantı bulunan ve duygusal açıdan birbiri ile yakın ilişkili olmayan bireyler arasındaki sermayedir. Günümüz dünyasında alternatif sosyalleşme platformu haline gelen Facebook'un sosyal sermaye ile ilişkisini inceleyen araştırmalara bakıldığında, bu çalışmaların genel olarak aracı ve dayanışmacı sosyal sermaye üzerine yoğunlaştığı görülür. Örneğin, temel Facebook kullanım motivasyonunu inceleyen Subrahmanyam ve arkadaşları (2008), katılımcıların siteyi genellikle yüz yüze iletişimde olduğu insanlarla bağlantı kurmak amacıyla kullandıklarını göstermiştir. Bu araştırmaya katılan kullanıcıların büyük çoğunluğu, söz konusu çevrimiçi sosyal paylaşım hesaplarına yalnızca daha önceden tanıştığı kişileri eklediklerini belirtmiştir. Fakat arkadaş listesinin birçoğu ile günlük yaşam içerisinde tanışıklığa sahip olduğunu ifade eden bu kişilerin, siteden arkadaşlarının yalnızca küçük bir kısmı ile sıklıkla görüştikleri ortaya çıkmıştır. Bu bulgudan hareket eden araştırmacılar, Facebook'un günlük yaşam içerisinde yüz yüze

görüşmeye fırsat bulamayan insanlar arasındaki ilişkinin (aracı sosyal sermaye) kopmasını engellediğini ifade etmiştir.

Facebook kullanımı ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi inceleyen bir diğer çalışmada Brandtzaeg (2012), site kullanıcısı olan ve olmayan kişilerden veri toplamıştır. Elde edilen bulgular, Facebook kullanıcılarının aracı sosyal sermaye düzeylerinin kullanıcı olmayanlara kıyasla daha yüksek olduğuna işaret etmiştir. Sonuçlar, Subrahmanyam ve arkadaşlarının (2008) çalışmasından elde edilen bulgularla tutarlı şekilde, Facebook kullanıcılarının yakın ilişkide olmadığı ve günlük yaşam içerisinde yüz yüze gelmediği tanıdıkları ile kurdukları ilişkileri bu platform üzerinden yürüttüklerini göstermiştir.

Brandtzaeg ve arkadaşlarının (2010) Facebook kullanımı ve sosyalizasyon süreçleri arasındaki ilişkiyi derinlemesine görüşme yöntemi kullanarak ele aldıkları araştırmadan gelen bulgular ise Facebook kullanımının insanların hem yakın ilişkilerini (dayanışmacı sosyal sermaye) hem de zayıf bağlantılarını (aracı sosyal sermaye) sürdürmeyi kolaylaştırdığını göstermiştir. Facebook kullanarak insanlarla daha kolay bağlantıda kaldıklarını ifade eden katılımcılar, siteyi kullanmaya başlamalarının ardından aile, arkadaş ve tanıdıkları ile daha fazla temas ettiklerini ve dolayısıyla daha sosyal olduklarını belirtmiştir.

Facebook kullanımı ve sosyal sermaye düzeyleri arasındaki ilişkinin ele alındığı en önemli çalışmalardan biri Ellison, Steinfield ve Lampe (2007) tarafından yürütülmüştür. Araştırmacılar lisans öğrencilerinden veri topladıkları çalışmada, Facebook kullanımının dayanışmacı, aracı ve sürdürülen sosyal sermaye (yaşam olayları karşısında sürdürülebilir sosyal ilişkilerden elde edilen kazanç) türleri ile ilişkisini incelemiştir. Sonuçlar, katılımcıların demografik özellikleri ve genel internet kullanımı kontrol edildikten sonra, Facebook kullanım yoğunluklarının üç tür sosyal sermaye düzeyini anlamlı şekilde yordadığını göstermiştir. Bu çalışmadan elde edilen önemli sonuçlardan biri, Facebook kullanımının en ilişkili olduğu sosyal sermaye türünün aracı sosyal sermaye olduğu bulgusudur. Bu verilerin ortaya koyduğu sonuç, insanların yakın ilişkilerini sürdürmek adına Facebook'a başvurmasına rağmen, siteyi genel olarak günlük yaşamda kurdukları zayıf bağlantıları korumak ve güçlendirmek amacıyla kullandıklarıdır. Ellison ve arkadaşlarının elde ettiği bir diğer önemli sonuç ise Facebook kullanımı ve sosyal sermaye ilişkisinin kişilerin psikolojik durumlarına göre değiştiğidir. Düşük yaşam tatmini ve benlik saygısına sahip olan öğrencilerden Facebook'u yoğun şekilde kullananların aracı sosyal sermaye düzeyleri siteyi



nadiren kullanan benzer özellikteki katılımcılara kıyasla daha yüksektir. Yani Facebook'un aracı sosyal sermayeye faydası özellikle günlük yaşamda başarılı olamayan bu öğrencilerde ortaya çıkmaktadır.

Johnston, Tanner, Lalla ve Kawalski (2013), Ellison ve arkadaşlarının (2007) çalışmasını Güney Afrika bağlamında tekrarlamış ve önceki çalışmada elde edilen bulguların farklı bir örneklem üzerindeki geçerliliğini test etmiştir. Orijinal çalışmada olduğu gibi, burada da Facebook kullanım yoğunluğu ve sosyal sermaye arasındaki ilişki incelenmiştir. Sonuçlarda, Ellison, Steinfield ve Lampe'nin (2007) elde ettiği bulgulara benzer şekilde, Facebook kullanım yoğunluğunun algılanan aracı, dayanışmacı ve sürdürülen sosyal sermaye düzeyleri ile pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Fakat önceki çalışmadan farklı olarak, Facebook kullanım yoğunluğunun aracı ve dayanışmacı sosyal sermaye düzeyleri arasındaki ilişkinin kişilerin benlik saygısı ve yaşam tatminine göre değişmediği bulunmuştur.

Ellison, Steinfield ve Lampe'nin (2007) çalışmasını yıllar sonra tekrarlayan başka bir grup ise Abeele ve arkadaşlarıdır (2018). Araştırmacılar, sosyal medya dünyasındaki hızlı değişimler karşısında Facebook ve sosyal sermaye arasında ortaya konan ilişkinin yıllar sonra devam edip etmediğini incelemiş; orijinal çalışmanın üzerinden 11 yıl geçmesine rağmen Facebook kullanım yoğunluğunun hala dayanışmacı, aracı ve sürdürülen sosyal sermayenin anlamlı yordayıcısı olduğunu bulgulamıştır. Aradan geçen zaman diliminde internet teknolojilerinde ve Facebook'un kendi bünyesinde meydana gelen büyük gelişmelere rağmen, site insanların sosyal ilişkilerini şekillendirmeye devam etmektedir.

Raza, Qazi ve Umer (2016) ise genel olarak gelişmiş ülkelerde incelenen bu araştırma konusunu Pakistan gibi gelişmekte olan bir ülkede ele almıştır. Bulgular, Facebook kullanımının Pakistan bağlamında da bireylerin hem aracı hem de dayanışmacı sosyal sermaye inşasında önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışmadan elde edilen verilere göre, söz konusu çevrimiçi paylaşım sitesi bireylerin düşük bir bedel ödeyerek aracı sosyal sermaye düzeylerini korumalarını, hatta arttırmalarını sağlamaktadır. Facebook ve dayanışmacı sosyal sermaye arasındaki ilişki ise site kullanımının aracı sosyal sermaye ile olan ilişkisine kıyasla daha zayıftır.

İlgili alan yazına bakıldığında, söz konusu platformun aracı sosyal sermaye ile ilişkisine dair farklı araştırmalardan tutarlı sonuçlar geldiği göze çarpmaktadır. İncelenen çalışmaların ortaya koyduğu genel sonuç, Facebook kullanımının insanların aracı sosyal sermaye düzeyini arttırdığıdır.

Öte yandan, site kullanımının yakın bağlantılarla ilişkili dayanışmacı sosyal sermaye üzerindeki etkisine dair çelişkili bulgular söz konusudur. Facebook'un insanların dayanışmacı sosyal sermaye düzeyi ile pozitif ilişkili olduğunu gösteren çalışmaların (örn. Ellison ve ark. 2007) yanı sıra bu iki değişken arasında anlamlı ilişki olmadığını ortaya koyan araştırma sonuçları da (Kwon, D'Angelo ve McLeod, 2013) mevcuttur. Örneğin, Kwon, D'Angelo ve McLeod'un (2013) Facebook kullanımı ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi inceledikleri araştırmanın sonucunda, katılımcıların Facebook kullanım yoğunluğu ve aracı sosyal sermaye düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur. Öte yandan, bireylerin siteyi kullanma yoğunluğu dayanışmacı sosyal sermaye düzeyleri ile ilişkili değildir. Facebook kullanımının dayanışmacı sosyal sermayeyi etkilemediğine dair bir diğer kanıt Burke, Kraut ve Marlow'un (2011) boylamsal araştırma desenini kullandıkları araştırmadan gelmiştir. Araştırmacılar, Facebook kullanıcılarının hâlihazırda yüksek dayanışmacı sosyal sermayeye sahip kişilerden oluştuğunu; dolayısıyla site kullanımının bireylerin yakın ilişkide olduğu kişi sayısını arttırmadığını ifade etmiştir. Aynı araştırmacılar Facebook ve dayanışmacı sosyal sermaye arasındaki zayıf ilişkiyi, insanların yakın ilişkilerini yüz yüze iletişim ve telefon görüşmeleri gibi çeşitli yollarla eş zamanlı şekilde sürdürmeleri ile açıklamıştır. Tüm bu çalışmaların ortaya koyduğu genel sonuç, insanların Facebook üzerinden genel olarak zayıf bağlantıda oldukları kişilerle olan ilişkilerini korumaya ve sürdürmeye odaklı olduğudur.

Bu konuda yapılan başka bir çalışma Steinfield, Ellison ve Lampe (2008) tarafından yürütülmüştür. Bu çalışmada sosyal ağ sitesi kullanım yoğunluğunun bireylerin sosyal sermaye düzeyleri ile ilişkisi incelenmiştir. Anket ve derinlemesine görüşme tekniklerini bir arada kullanan araştırmacılar, çalışmanın verilerini bir yıl ara ile iki aşamada toplamıştır. Analiz sonuçlarında, katılımcıların birinci ölçümdeki genel internet kullanımının bir yıl sonraki aracı sosyal sermaye düzeyleri ile ilişkisiz olduğu görülmüştür. Araştırma kapsamında elde edilen en önemli bulgulardan biri, ilk ölçümde sosyal sermaye düzeyi yüksek olanların, sonraki yıl daha fazla Facebook kullanımı bildirmediği; fakat ilk ölçümde Facebook'u yüksek düzeyde kullandığını rapor edenlerin bir yıl sonra daha geniş sosyal sermaye düzeyine sahip olduğudur. Bir başka kayda değer bulgu, Facebook kullanımı ve aracı sosyal sermaye arasındaki ilişkinin düşük benlik saygısına sahip kişilerde, yüksek benlik saygısına sahip olanlara kıyasla daha güçlü olduğudur. Bu sonuç (Ellison ve arkadaşlarının sonuçları ile tutarlı şekilde), Facebook kullanımından sosyal sermaye kazanımının, düşük benlik saygısına sahip olanlar için daha önemli olduğuna işaret etmektedir.

Valenzuela, Park ve Kee (2009), Facebook kullanımını ve sosyal sermaye türleri arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer araştırmalardan farklı olarak, Facebook'un sosyal sermayenin ilişkili olduğu kavramlar üzerindeki etkisini de ele almıştır. Araştırmacılar, sosyal sermayenin çok boyutlu bir yapı olduğunu ve bu yapının yaşam tatmini, sosyal güven, sivil katılım, politik katılım ile ilişkili olduğunu ifade ederek Facebook'un bu süreçlere yansımaları üzerinde durmuştur. Sonuç olarak, Facebook kullanımını, sosyal sermayenin iki bileşeni olan yaşam tatmini ve sosyal güven ile pozitif ilişkili bulunmuştur. Diğer bir deyişle, Facebook'u yoğun şekilde kullananların hem yaşam tatmini hem de sosyal güven endekslerinin, siteyi düşük yoğunlukta kullananlardan daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca, bireylerin Facebook ve Facebook gruplarını kullanım yoğunluğu sivil katılım düzeyleri ile pozitif ilişkilidir. Hem Facebook'u hem de Facebook gruplarını yoğun şekilde kullanan katılımcıların sivil katılım düzeyinin diğerlerine kıyasla daha yüksek olduğu bulunmuştur. Politik katılım ise yalnızca Facebook gruplarının kullanım yoğunluğu ile pozitif ilişkilidir. Özetlemek gerekirse, bu araştırmadan elde edilen veriler sonucunda kişilerin Facebook kullanımının sosyal sermayenin bileşenleri olan yaşam tatmini, sosyal güven, sivil ve politik katılım ile pozitif ilişkili olduğu ortaya konmuştur.

Yukarıda sözü edilen araştırmaların büyük çoğunluğunda Amerika'daki üniversite öğrencilerinden veri toplanmıştır. Ertan (2010) sosyal sermaye ve Facebook arasındaki ilişkinin Türkiye bağlamında nasıl olduğunu incelediği araştırmada yurtdışındaki çalışmalardan gelen sonuçlara paralel bulgular elde etmiştir. Sonuçlara göre, Facebook'ta geçirilen süre arttıkça kullanıcıların site üzerinde sergiledikleri aracı sosyal sermayeye ilişkin davranışlar da artmıştır. Öte yandan, Facebook kullanım yoğunluğu ve dayanışmacı sosyal sermaye arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür.

Genel Facebook kullanımını ve sosyal sermaye türleri arasındaki ilişkinin konu edindiği araştırma bulgularını özetlemek gerekirse, Facebook kullanımının sosyal sermaye düzeyini olumlu etkilediği söylenebilir. Site kullanımını ve aracı sosyal sermaye arasındaki ilişki daha net olmasına karşın; ilgili platformu kullanmanın dayanışmacı sosyal sermayeyi nasıl etkilediği konusunda çelişkili bulgular söz konusudur. İncelenen araştırmalar sonucunda, Facebook'un aracı sosyal sermaye ile ilişkisinin diğer sosyal sermaye türlerinden daha güçlü olduğu ifade edilebilir. Bu sonuç, Facebook kullanıcılarının siteyi yakın ilişkilerinden ziyade, günlük yaşam içinde ilişkileri sürdürmeye vakit bulamadıkları uzak bağlarını korumak amacıyla kullandıklarını gösterir.

### 3.2. Facebook Arkadaş Sayısı ve Sosyal Sermaye

Bireylerin günlük yaşamda ne kadar geniş bir arkadaş çevresine sahip olduğu sosyal sermaye düzeylerinin önemli bir göstergesidir (Bohn, Buchta, Hornik ve Mair, 2014). Dolayısıyla, çevrim içi sosyal paylaşım sitelerinin sermaye düzeyi üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalarda, sitedeki arkadaş sayısı ele alınan önemli faktörlerden biri olarak ortaya çıkar.

Facebook arkadaş sayısının sosyal sermaye ile ilişkisini inceleyen önemli araştırmalardan olan Ellison ve arkadaşlarının (2010) çalışmasında sitedeki gerçek arkadaş sayısı (sitede günlük yaşamdan arkadaş olunan kişi sayısı) ve aracı sosyal sermaye arasında pozitif ilişki olduğu bulunmuştur. Sonuçlarda algılanan gerçek arkadaş sayısı aracı sosyal sermayeyi anlamlı şekilde yordarken; sitedeki toplam arkadaş sayısının sosyal sermaye düzeyi ile ilişkili olmadığı görülmüştür. Sonuçlarda dikkat çekici olan nokta ise arkadaş sayısındaki bu etkinin arkadaşların sayısı çok arttığında farklılaştığı; 400-500'den sonra, sayının sosyal sermayeye katkısının zayıfladığıdır. Bu bulgudan hareket eden araştırmacılar, sitede belirli bir düzeyin üstünde arkadaş olmasının sosyal ilişkilerin sürdürülmesini olanaksız hale getirdiğini ifade etmiştir.

Facebook arkadaş sayısının sosyal sermaye ile ilişkisinin inceleyen bir başka çalışma 400.000'den fazla Facebook kullanıcılarından veri toplayan Bohn, Buchta, Hornik ve Mair, (2014) tarafından yürütülmüştür. Ellison ve arkadaşlarının çalışmasından elde edilen bulgulara benzer şekilde, 400-600'e kadar artan arkadaş sayısının kullanıcıların sosyal sermaye düzeylerini olumlu etkilediği görülmüştür. Ayrıca, sosyal sermayede daha belirleyici olanın toplam arkadaş sayısı yerine site aracılığıyla iletişime girilen kişi sayısı olduğu bulunmuştur.

Ellison ve arkadaşları (2014) ise arkadaş sayısının Facebook davranışları ve sosyal sermaye arasındaki ilişkideki nasıl bir rol oynadığını incelemiştir. Sonuçlara göre, Facebook'ta ilişkileri sürdürme davranışları (Facebook arkadaşları ile ilişkileri sürdürmek için yaptığı aktiviteler) ve aracı sosyal sermaye arasındaki ilişkide kullanıcıların rapor ettiği gerçek arkadaş sayısının düzenleyici rolü vardır. Şöyle ki, sitedeki gerçek arkadaş sayısının düşük olduğunu bildiren kullanıcılar için Facebook'ta ilişkileri sürdürme davranışlarının, yüksek düzeyde gerçek arkadaş bildirenlere kıyasla daha fazla aracı sosyal sermaye artışı ile ilişkili bulunmuştur. Yani, Facebook arkadaş sayısının sosyal sermayeye etkisinde önemli olan faktör sitede ne kadar arkadaş olduğu değil; bu arkadaşlarının ne kadarının günlük yaşamdaki kişilerden oluştuğudur.

### 3.3. Facebook Pratikleri, Siteyi Kullanım Motivasyonları ve Sosyal Sermaye Arasındaki İlişki

Facebook kullanımı ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi inceleyen ilk çalışmalara bakıldığında, kullanıcıların Facebook'ta gerçekleştirdiği tüm aktiviteler aynı kategoride değerlendirilmiş ve site kullanım yoğunluğunun tüm kullanıcıları benzer şekilde etkilediği düşünülmüştür (örn. Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007; Valenzuela, Park ve Kee, 2009). Söz konusu çalışmalarda, kişilerin sitede çevrimiçi oldukları süre ile sosyal sermaye düzeyleri arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Fakat internet servisleri zenginleştikçe ve sosyal medya kullanıcıları heterojen hale geldikçe, araştırmacılar bu ağların farklı amaçlarla kullanımı üzerinde durmaya başlamıştır (Burke ve ark. 2011). Son dönemde yürütülen çalışmalarda, sosyal ağ siteleri üzerinde gerçekleştirilen pratiklerin birbirine benzer düzeyde sosyallik içermediği ve dolayısıyla sitedeki farklı eylemlerin bireylerin sosyal sermaye düzeylerine etkilerinin birbirinden farklılaşabileceği ileri sürülmüştür.

Ellison, Steinfield ve Lampe (2010), lisans öğrencileri ile yürüttükleri bir çalışmada Facebook üzerinde gerçekleştirilen çeşitli aktivitelerin kullanıcıların sosyal sermaye düzeylerini nasıl etkilediğini incelemiştir. Elde edilen veriler sonucunda kullanıcıların Facebook'ta sıklıkla sergilediği üç sosyal davranış örüntüsü ortaya çıkmıştır. Bunlar; *başlatma* (siteyi yabancı insanlarla tanışmak için kullanma), *sürdürme* (siteyi yakın arkadaşlarla iletişimi sürdürmek için kullanma) ve *sosyal bilgi arama* (siteyi diğerleri hakkında bilgi edinmek için kullanma) davranışlarıdır. Araştırmacılar, sitede sergilenen bu üç davranış örüntüsünün kullanıcıların aracı ve dayanışmacı sosyal sermaye düzeyleri ile ilişkisini incelemişlerdir. Elde edilen bulgular, sosyal bilgi arama stratejilerinin kişilerin hem dayanışmacı hem de aracı sosyal sermaye düzeylerini anlamlı şekilde yordadığını ortaya koymuştur. Fakat yabancılarla ve yakın arkadaşlarla iletişime girme stratejilerinin iki tür sosyal sermaye ile de ilişkili olmadığı görülmüştür.

Farklı Facebook pratiklerinin kişilerin sosyal sermaye düzeyleri üzerindeki etkilerini inceleyen bir başka çalışma Burke ve arkadaşları (2011) tarafından yürütülmüştür. Öz bildirim dayalı anketlerin kullanıldığı bu çalışmada Facebook arkadaşları ile site üzerinden doğrudan iletişime girme, durum güncellemesi yayınlama ve diğerlerinin güncellemelerini okuma gibi eylemlerin kişilerin sosyal sermaye değişimi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu konuda yapılmış diğer çalışmalardan farklı olarak, 8 aylık boylamsal desen kullanılarak enlemesine çalışma metodunun ötesine geçilmiş; elde edilen sonuçlar ile sosyal ağ kullanımı ve sosyal sermaye

arasındaki ilişkiye dair nedensel çıkarımlar yapılabilmektedir. Araştırmacılar, sosyal ağ sitelerindeki eylemleri arkadaşlarla doğrudan iletişime girme, diğerlerinin haberlerini pasif takip etme, bilgileri güncelleme ve sitede paylaşımlarda bulunma olmak üzere üç kategoriye ayırmıştır. Analizler sonucunda, farklı Facebook pratiklerinden yalnızca kişiden kişiye doğrudan etkileşimlerin aracı sosyal sermaye düzeyinin artışı ile ilişkili olduğu görülmüştür. Kısacası, sitede yayın yapma ve pasif takip davranışları bireylerin sosyal sermaye düzeylerini etkilemezken, diğerleri ile doğrudan etkileşime girme aracı sosyal sermayeyi arttırmaktadır.

Bu konuda yürütülen bir diğer çalışmada Ellison, Vitak, Gray ve Lampe (2014), Facebook'ta ilişkileri sürdürme davranışları olarak tanımladıkları davranış örüntüleri ile aracı sosyal sermaye ilişkisini incelemiştir. Bu davranışlar, kişilerin Facebook arkadaşları ile ilişkilerini korumak adına gerçekleştirdiği iletişim pratiklerini (arkadaşlarının sorduğu sorulara yanıt verme, doğum günlerini kutlamak için duvarlara yazı yazma, vb.) içermektedir. Araştırmada ilki bireylerin Facebook arkadaşları ile etkileşimlerinden sağladığı faydalar, diğeri tüm sosyal ağlarındaki etkileşimlerden sağladığı faydalar olmak üzere aracı sosyal sermaye parametresi ile ilgili iki ayrı ölçüm alınmıştır. Araştırmacılara göre, kişileri yalnızca arkadaş olarak eklemek, sosyal sermayenin artması ile ilişkili değildir. Bireyler ilişki sürdürme davranışları ile ağlarındaki diğer kişilere, onlara dikkat ettiklerinin sinyallerini göndererek onların karşılıklılık beklentilerini gidermelidir. Sonuçta, aracı sosyal sermayenin bu ölçümleri ile Facebook'ta ilişkileri sürdürme davranışları arasında pozitif ilişki olduğu görülmüştür. Yani, kullanıcıların sosyal sermaye düzeyleri yalnızca bir çevrimiçi sosyal ağda bulunmaları ile artmamakta; ilişkileri sürdürmek için diğer kullanıcıların sorduğu sorulara yanıt vermek ve onları önemli günlerinde tebrik etmek gibi küçük ama anlamlı çabaların bir sonucu olarak gelişmektedir.

Facebook üzerinde gerçekleştirilen her eylemin birbirine benzemediği; dolayısıyla bireylerin sosyal sermaye düzeylerini aynı yönde etkilemediğine dair elde edilen en şaşırtıcı bulgulardan biri Burke, Marlow ve Lento'nun (2010) çalışmasından gelmiştir. Çeşitli Facebook pratikleri ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmacılar, Facebook aktivitelerini *doğrudan iletişim ve tüketim davranışları* olmak üzere iki gruba ayırmıştır. Doğrudan iletişim pratikleri, bir arkadaşın duvarında gönderi paylaşma veya birine doğrudan mesaj gönderme gibi belirli kullanıcılar arasında gerçekleşen etkileşimleri kapsamaktadır. Tüketim davranışları ise arkadaşların durum güncellemelerini takip etme gibi hedef bir kullanıcı ile ilişkili olmayan genel

ve pasif takip pratiklerine karşılık gelmektedir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, doğrudan iletişim pratiklerinin bireylerin dayanışmacı sosyal sermaye düzeyinin artması ve algıladıkları yalnızlığın azalması ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Şaşırtıcı olan ise yüksek düzeyde tüketici davranışların, aracı sosyal sermaye düzeyinin azalması ve yalnızlığın artması ile ilişkili olmasıdır. Yani, Facebook üzerinden gerçekleştirilen bazı eylemler sosyal sermaye düzeyini arttırırken, bazıları var olan kaynakların da azalmasına yol açmaktadır.

Bohn ve arkadaşları (2014) Facebook'ta sergilenen davranışların içeriği yerine sıklığı üzerinde durmuş ve belirli bir düzeyin üstündeki gönderi sıklığının bireylerin sosyal sermayeye erişimini olumsuz etkilediğini bulgulamıştır. Bu çalışmada, günlük yedi Facebook gönderisine kadar olan paylaşımların bireylerin aracı sosyal sermaye düzeylerini olumlu etkilediği; fakat yedi gönderiden sonra bu etkinin tersine döndüğü bulunmuştur. Yani, Facebook'ta belirli düzeyde gönderi kabul görmekte ve sitenin abartılı şekilde kullanımı aksi yönde bir etkiye yol açmaktadır.

Facebook'un nasıl kullanıldığının yanı sıra hangi motivasyonla kullanıldığı da sitenin sosyal sermaye üzerindeki etkilerini şekillendirmektedir. Kwon ve arkadaşları (2013), bu konuda yürüttükleri çalışmada kişilerin Facebook kullanımına ilişkin motivasyonlarının, aracı ve dayanışmacı sosyal sermaye düzeyleri ile ilişkisini incelemiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, Facebook kullanımının temel motivasyonunun diğerleri hakkında bilgi edinme olduğunu ortaya koymuştur. Dahası, Facebook'u sosyal ilişkiler kurma amacıyla kullanma ve aracı sosyal sermaye ölçümlerinin pozitif ilişkili olduğu bulunmuştur. Siteyi iletişim amaçlı kullanmak ise aracı sosyal sermayeyi marjinal şekilde yordamıştır. İletişim ve ilişki kurma motivasyonlarının aksine Facebook'u gerçek yaşamdan ve problemlerden kaçmak için kullanmak ise aracı sosyal sermaye ile negatif ilişkilidir.

Görüldüğü gibi, ilgili alan yazında yürütülen ilk çalışmalarda Facebook kullanımının yalnızca sitede geçirilen süre olarak değerlendirilmesi, kişilerin internette yaptığı aktivitelerin içeriğinin ve bireylerin motivasyonlarının göz ardı edilmesine neden olmuştur. Son dönemde yürütülen araştırmalarda ise sitenin farklı şekillerde kullanılması ayırt edilerek sitedeki belirli pratiklerin ve siteyi kullanım motivasyonlarının sosyal sermaye ile ilişkisi incelenmiştir. Ele alınan çalışmalar, Facebook gibi çevrimiçi sosyal ağların bireylerin sosyal sermayeleri üzerindeki etkilerinin, kişilerin siteyi kullanım yoğunluğuna ya da ağdaki bağlantı sayısına bakarak anlaşılamayacak kadar karmaşık olduğunu göstermiştir. Görüldüğü gibi sosyal sermaye düzeyini

etkileyen kullanıcıların siteyi kullanım yoğunluğu değil, hangi motivasyonla ve nasıl kullandıklarıdır.

#### 4. SONUÇ

İletişim teknolojileri, zaman ve mekân arasındaki ilişkiyi yapı bozumuna uğratarak sosyal etkileşim tarzında köklü değişimlere neden olmuştur (Karagülle ve Çaycı, 2014). Günümüzde Facebook gibi çevrimiçi sosyal paylaşım ağlarını kullanan bireyler, buldukları ortama bağlı olmadan birbiri ile kolaylıkla iletişime geçmektedir. Son yıllarda sosyal paylaşım ağlarını kullanan kişi sayısının gün geçtikçe artması, çevrimiçi kanalların günlük yaşama ilişkin çıktılarının incelenmesini bir zorunluluk haline getirmiştir. Dolayısıyla mevcut makale kapsamında, son dönemde en popüler sosyal medya platformlarından biri olan Facebook'un sosyal sermaye gibi çok yönlü bir kavramla ilişkisini incelemek, modern iletişim yöntemlerinin birey düzeyindeki etkilerinin anlaşılması adına önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir.

Facebook ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi konu edinen çalışmalar, site kullanımının bireylerin aracı ve dayanışmacı sosyal sermaye düzeylerini birbirinden farklı şekilde etkilediğine işaret etmektedir. Site kullanımının aracı sosyal sermaye ile ilişkisinin incelendiği çalışmalar tutarlı olarak, Facebook ve aracı sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007; Ertan, 2010; Raza, Qazi ve Umer, 2016). Bulgulara göre, birincil ilişkiler arasında olmayan ve günlük yaşam içerisinde görüşmeye fırsat bulunamayan kişilerle Facebook üzerinden bağlantıda kalmak, bireylerin aracı sosyal sermaye düzeylerini arttırmaktadır. İlgili platformun sosyal etkileşimi kolaylaştıran ve hızlandıran yapısı, kullanıcıların aracı sosyal sermaye düzeyinin artmasında rol oynayan en önemli faktörlerden biridir. Örneğin, Facebook yıllarca hiç görüşmemiş insanların *arkadaşı ekle* ya da *mesaj gönder* butonlarını kullanarak birbiri ile bağlantı kurmasını mümkün hale getirmektedir. Böylece insanlar, zaman ve mekân kısıtlamalarını ortadan kaldıran bu gibi çevrimiçi sosyal ağlar aracılığıyla günlük yaşamlarının önemli bir parçası olmayan uzak bağlantıları ile kolaylıkla etkileşime girmektedir. Ayrıca, haber kaynağı gibi özellikleri ile kullanıcıların diğerlerinin yaşamına ilişkin bilgi sahibi olmasını sağlayan Facebook, kişiler arasındaki ilişkisellik hissini de arttırmaktadır.

Site kullanımının dayanışmacı sosyal sermaye ile ilişkisine dair yürütülen araştırmalar ise birbiri ile çelişen sonuçlar ortaya koymaktadır. İncelenen çalışmaların bir kısmı Facebook kullanımı ve dayanışmacı sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki olduğunu gösterirken (örn.



Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007); diğlerleri bu değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olmadığına (örn. Ertan, 2010) işaret etmektedir. Facebook'un bu iki sosyal sermaye bileşeni üzerindeki etkilerinin benzer olmamasının bir nedeni, zayıf ve güçlü ağlarla iletişime girilen kanalların birbirinden farklılaşmasıdır. Haythornthwaite (2005), yakın ilişkide bulunan kişilerin birbiri ile çeşitli kanallar üzerinden etkileşime girdiğini ileri sürmüştür. Ona göre, insanlar günlük yaşam içerisinde yakın ilişkide olduğu kişilerle genellikle telefon veya yüz yüze görüşme gibi doğrudan iletişim yolları ile görüşmektedir. Sosyal ağların dayanışmacı sosyal sermayeyi aracı sosyal sermayeye göre daha az etkilemesi, dayanışmacı sosyal sermaye ağları ile iletişime girilen kanalların çeşitli olmasının bir sonucu olarak değerlendirilebilir.

Facebook ve sosyal sermaye arasındaki ilişkinin ele alındığı ilk araştırmaların genel anlamda sitenin kullanım yoğunluğu üzerinde durduğu görülmektedir. Fakat sonraki çalışmalardan elde edilen bulgular, söz konusu platformda ortaya konan çeşitli pratiklerin birbiri ile benzer düzeyde sosyallik içermediğine işaret etmiştir (Burke, Kraut ve Marlow, 2011). Burke, Marlow ve Lento'nun (2010) araştırması sonucunda da açıkça görüldüğü üzere, diğlerleri ile etkileşim içeren kimi Facebook eylemleri insanların sosyal sermaye düzeylerini arttırırken; birey düzeyinde kalan pasif eylemler sosyal sermayeyi olumsuz etkilemektedir. Yani, Facebook'un sosyal sermaye üzerindeki etkisinde belirleyici olan, ilk dönem çalışmalarında üzerinde durulduğu gibi Facebook'ta ne kadar süre geçirildiği değil bu site üzerinde hangi eylem pratiklerinin sergilendiğidir. İlgili çevrimiçi platformun sosyal sermayeye etkisinde rol oynayan faktörlerden bir diğeri sitedeki arkadaş sayısıdır. Ele alınan çalışmalarda görüldüğü gibi, yüksek arkadaş sayısı belirli bir sınıra kadar aracı sosyal sermayeyi olumlu etkilemekte; fakat belirli bir sayıdan sonra bu olumlu etki giderek zayıflamaktadır.

Sonuç olarak, Facebook gibi sosyal paylaşım ağları günümüzde insanların yakın ve uzak ilişkilerine dair algısını önemli ölçüde şekillendirmektedir. İncelenen araştırmaların ardından, kullanımına bağlı olarak çevrimiçi sosyal paylaşım platformlarının sosyal ilişkileri farklı şekillerde etkileme potansiyeline sahip oldukları açıkça ifade edilebilir. Her teknoloji ürününde olduğu gibi çevrimiçi ağların da sosyal yaşama etkileri bu teknolojinin insanlar tarafından nasıl kullanıldığı ile ilgilidir. Söz konusu sosyal ağlar ancak uygun şekilde kullanıldığı takdirde sosyal ilişkileri olumlu yönde etkiler.

İncelenen araştırma sonuçları, Facebook ve sosyal sermaye arasındaki ilişkide rol oynayan önemli düzenleyici faktörler (örn. benlik saygısı, Steinfield, Ellison ve Lampe, 2008) olduğuna işaret etmektedir. İnternet ortamında sosyalizasyon, çok sayıda faktörün birbiri ile etkileşim içinde olduğu karmaşık bir süreci kapsamaktadır. Bu nedenle, Facebook ve sosyal sermaye arasındaki ilişkide rol oynayabilecek potansiyel değişkenlerin açığa çıkarılması, yakın gelecekteki çalışmaların yoğunlaşacağı önemli bir alan gibi durmaktadır.

Her araştırmada olduğu gibi mevcut derleme makalesi kapsamında incelenen araştırmaların da bir takım sınırlılıkları söz konusudur. Öncelikle, bu araştırmaların büyük çoğunluğunda ilişkisel araştırma yöntemi kullanılmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda deneysel ve boylamsal araştırma yöntemlerine daha fazla başvurulması, Facebook kullanımı ve sosyal sermaye arasında nedensellik ilişkisi kurulabilmesi açısından hayli önemlidir. Ayrıca, ele alınan çalışmaların önemli kısmının Batı toplumlarında gerçekleştirildiği görülmektedir. Batı kültüründen elde edilen bulguların farklı kültürlerde ne kadar geçerli olduğu, gelecek çalışmalarda daha fazla üzerinde durulması gereken konulardan biri olarak değerlendirilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abeele, M. M. V. Antheunis, M. L. Pollmann, M. M. Schouten, A. P. Liebrecht, C. C. van der Wijst, P. J. ... ve Maes, F. A. (2018). Does Facebook Use Predict College Students' Social Capital? A Replication of Ellison, Steinfield, and Lampe's (2007) Study Using the Original and More Recent Measures of Facebook Use and Social Capital. *Communication Studies*, 69(3), 272-282.
- Adler, P. S. ve Kwon, S. W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Ağcasulu, H. (2017). Sosyal sermaye kuramı ve temel bakış açılarının karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(17), 114-129.
- Barkhuus, L. ve Tashiro, J. (2010). Student socialization in the age of Facebook. In *Proceedings of the sigchi conference on human factors in computing systems* (133-142). Newyork: ACM.
- Bohn, A. Buchta, C. Hornik, K. ve Mair, P. (2014). Making friends and communicating on Facebook: Implications for the access to social capital. *Social Networks*, 37, 29-41.
- Brandtzæg, P. B. (2012). Social networking sites: Their users and social implications-A longitudinal study. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(4), 467-488.
- Brandtzæg, P. B. Lüders, M. ve Skjetne, J. H. (2010). Too many Facebook "friends"? Content sharing and sociability versus the need for privacy in social network sites. *Intl. Journal of Human-Computer Interaction*, 26(11-12), 1006-1030.
- Burke, M. Kraut, R. ve Marlow, C. (2011). Social capital on Facebook: Differentiating uses and users. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (571-580), Newyork: ACM.
- Burke, M. Marlow, C. ve Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (1909-1912). Newyork: ACM.

- Ellison, N. B. Steinfield, C. ve 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), 1143-1168.
- Ellison, N. B. Steinfield, C. ve Lampe, C. (2010). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*, 1-20.
- Ellison, N. B. Vitak, J. Gray, R. ve Lampe, C. (2014). Cultivating social resources on social network sites: Facebook relationship maintenance behaviors and their role in social capital processes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(4), 855-870.
- Ertan, A. (2010). The determinants of social capital on Facebook. *Science and Technology Policies Research Center TEKPOL Working Paper Series [online]. Middle East Technical University.*
- Giordano, G. N. ve Lindstrom, M. (2010). The impact of changes in different aspects of social capital and material conditions on self-rated health over time: A longitudinal cohort study. *Social Science & Medicine*, 70(5), 700-710.
- Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Community & Society*, 8(2), 125-147.
- Hudaykulov, A. ve Hongyi, X. (2015). The effects of social capital on team performance: A study of RD departments in Uzbekistan. *International Journal of Innovation and Economic Development*, 1(1), 80-91.
- Johnston, K. Tanner, M. Lalla, N. ve Kawalski, D. (2013). Social capital: The benefit of Facebook ‘friends’. *Behaviour & Information Technology*, 32(1), 24-36.
- Karagülle, A. E. ve Çaycı, B. (2014). Ağ toplumunda sosyalleşme ve yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(1), 1-9.
- Kılıç, Ç. (2015). *Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Kraut, R. Kiesler, S. Boneva, B. Cummings, J. Helgeson, V. ve Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49-74.
- Kraut, R. Patterson, M. Lundmark, V. Kiesler, S. Mukophadhyay, T. ve Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?. *American Psychologist*, 53(9), 1017-1031.
- Kwon, M. W. D'Angelo, J. ve McLeod, D. M. (2013). Facebook use and social capital: To bond, to bridge, or to escape. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 33(1-2), 35-43.
- Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 420-435.
- Ongan, N. T. (2013). Sosyal Uyum-Sosyal Sermaye Eksenli Kalkınma Yaklaşımının Sınıfsal Sonuçlarına İlişkin Bir Değerlendirme. *Çalışma ve Toplum*, 36(1), 211-227.
- Parks, M. R. ve Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(4), JCMC144.
- Prince, M. J. Harwood, R. H. Blizard, R. A. Thomas, A. ve Mann, A. H. (1997). Social support deficits, loneliness and life events as risk factors for depression in old age. The Gospel Oak Project VI. *Psychological Medicine*, 27(2), 323-332.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Newyork: Simon and Schuster.
- Raza, S. A. Qazi, W. ve Umer, A. (2016). Facebook is a source of social capital building among university students: evidence from a developing country. *Journal of Educational Computing Research*, 55(3), 295-322.
- Steinfeld, C. Ellison, N. B. ve Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434-445.
- Subrahmanyam, K. Reich, S. M. Waechter, N. ve Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 420-433.

Valenzuela, S. Park, N. ve Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation1. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875-901.

Yıldız, M. (2017) İletişim sürecinde sosyal medya ve sosyal sermaye. *The Journal of Social Science*, 1(2), 71-82.