



## SOSYAL AĞLARDA ARKADAŞLIK: FACEBOOK ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

### FRIENDSHIP IN SOCIAL NETWORKS: FACEBOOK CASE<sup>1</sup>

Cemil AKKAŞ<sup>2</sup> - Hülya BAKIRTAŞ<sup>3</sup>

#### Öz

Sosyal ağlar, arkadaşlık ilişkilerinin vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Özellikle gençler yeni arkadaşlıklar kurmak ve iletişim kanallarını genişletmek amacıyla sosyal ağları yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, bireylerin genel Facebook kullanım alışkanlıklarının yanısıra sosyal ağlardaki arkadaşlıkların başlamasını ve sonlandırılmasını etkileyen faktörleri ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda web tabanlı anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, kullanıcıların büyük çoğunluğu Facebook'ta kardeşleri ile arkadaşlık kurmasına rağmen, ebeveynleri ile arkadaş olan kullanıcıların azınlıkta olduğuna ulaşılmıştır. Bunun yanısıra, ebeveynleri ile arkadaş olmak, kullanıcıların paylaşımlarını daha dikkatli yapmasına sebep olduğu görülmüştür. Katılımcıların neredeyse tamamı ırkçı ve cinsiyetçi paylaşımlar yapmama konusunda hemfikirlerdir. Arkadaşlıktan çıkarma kararını etkileyen paylaşım türleri ise sırasıyla; ilgisiz, sık yapılan ve politik olan paylaşımlardır. Katılımcıların cinsiyetleri, sınıf ve gelir düzeyleri ile tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteğini kabul etme davranışları arasında bir ilişki bulunamamıştır. Bu araştırma ilgili yazının genişletilmesi konusunda katkı sağlamaktadır. Araştırmanın imaları, sonucu ve öneriler kısmında tartışılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Sosyal ağlar, arkadaşlık, facebook, gençler.

#### Abstract

Social networks have become an indispensable part of friendship relations. Especially young people use social networks intensively to establish new friendships and to expand their communication channels. The aim of this study is to determine the factors that affecting the initiation and termination of friendship in social networks as well as general Facebook usage habits of individuals. For this purpose, a web-based questionnaire was applied. At the end of the research, although the majority of the users were friends with their brothers on Facebook, it was found that the users who were friends with their parents were in the minority. Besides, it has been seen that making friends with their parents makes their sharing more careful. Almost all of the participants agree that they do not make racist and sexist shares. The sharing types that affect the decision to unfriending are irrelevant, frequent and political sharing respectively. There was no relationship between the gender, class and income levels of the participants and their acceptance of friendship request from people they did not know. This research contributes to the extension of the relevant literature. Implications of the research, were discussed in the section conclusions and recommendations

**Keywords:** Social networks, friendship, facebook, youth.

<sup>1</sup>Bu araştırma "Sosyal Ağlarda Arkadaşlık İlişkisinin Belirleyicileri Üzerine bir İnceleme" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir. Ayrıca, Aksaray Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından 2017-001 numaralı 68003-Yüksek Lisans Projesi kapsamında desteklenmiştir.

<sup>2</sup>Arş. Gör., Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Bilişim Yönetimi Anabilim Dalı, cemilakkas@gmail.com, Orcid: 0000-0002-3966-1995

<sup>3</sup>Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Bilişim Yönetimi Anabilim Dalı, hbakirtas@hotmail.com, Orcid: 0000-0003-3293-0774

## 1. GİRİŞ

Sosyal ağlar günümüz dünyasında insanların olmazsa olmazlarından biri haline gelmeyi başarmıştır. Bunun arkasında ise temel olarak insanlara sunduğu çeşitli duygusal tatminler yer almaktadır. Ayrıca bireylerin neredeyse bütün sosyal ilişkilerini sosyal ağlar üzerinden kurup devam ettirebilme imkânı da vazgeçilmez olması üzerinde etkilidir. İnsanlar sosyal ağlarda var olmayı, kimliklerini tamamlamanın, sosyal çevre edinmenin ve fikirlerini aktarabilmenin bir yolu olarak görmektedirler.

Gerçek hayatta kurulan sosyal ilişkiler, benzer şekilde sosyal ağlarda da kurulmaktadır. Aralarında gerçek hayatta herhangi bir sosyal bağ bulunmasa da insanlar, sosyal ağlar vasıtasıyla gerçek hayattaki arkadaşlıklarından daha fazla arkadaşlık ilişkisini kurabilmekte ve sürdürülebilmektedir. Bazen durum bunun tam aksine de gelişebilmektedir. Gerçek hayattaki arkadaşlığın sosyal ağlarda kurulmaması gerçek hayattaki bu arkadaşlığın sonlanmasına da neden olabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında sosyal ağlardaki arkadaşlıklar, genellikle gerçek hayattaki arkadaşlıkların bir parçası bazen de olmazsa olmazı anlamına gelmektedir.

Gerçek hayatta arkadaşlıklar, bireyler arasında yaşanan çıkar çatışmaları, fiziksel uzaklıklar, arkadaşlığın devamını sağlayan sebeplerin kaybolması ve bazı psikolojik sebepler ile sonlanırken sosyal ağlarda kurulan arkadaşlıklar da ise durum daha farklıdır. Literatüre bakıldığında sosyal ağlardaki arkadaşlıkların sonlanmasında; gerçek hayattaki arkadaşlığın sona ermesi, kutuplaştırıcı, sık, önemsiz, cinsiyetçi, ırkçı, dini vs. paylaşımların etkili olduğu görülmektedir. Her ne kadar sosyal ağ sitelerinin en eskisi olmasa da en çok kullanıcıya sahip sosyal ağ sitesi olan Facebook, dünya üzerinde 2 milyarı aşkın aktif kullanıcıya sahiptir (Statista, 2017). Türkiye’de de en çok kullanılan sosyal ağ sitesi olan Facebook, özellikle üniversite öğrencileri arasında oldukça popülerdir.

Kullanıcılar, gerçek hayattaki arkadaşlıklarını, sosyal ağlardaki arkadaşlıklarına taşımaya, yeni arkadaşlar edinmeye ve bir şekilde kendilerine ait bir ağ kurmaya veya bir ağa dahil olmaya çalışmaktadır. Bütün bunları yaparken özel bilgilerini korumaya kimi zaman gayret ederken kimi zaman ise bu konuyu göz ardı etmektedir. Aynı zamanda, gerçek hayatta olduğu gibi, var olan arkadaşlıklarını sosyal ağlarda da sonlandırmaktadır. Bunlar göz önünde bulundurulduğunda, sosyal ağlarda kurulan ve bitirilen arkadaşlıkların belirleyicilerinin neler olduğu konusu oldukça önem kazanmaktadır. Ayrıca ilgili yazın incelendiğinde, sosyal ağlardaki arkadaşlık ilişkisinin belirleyicileri üzerinde yapılan çalışmaların farklı demografik özelliklere sahip kişiler üzerinde gerçekleştirildiği görülmektedir. (Wang, Moon, Kwon, Evans ve Stefanone, 2010; Bevan, Ang ve Fearn, 2014; Sibona ve Walczak, 2011). Bu araştırmada sosyal ağlar üzerinde kurulan arkadaşlıkların başlangıcı ve sonlanmasını etkileyen faktörleri ortaya koymak amaçlanmıştır.

## 2. İLGİLİ LİTERATÜR

### 2.1. Sosyal Ağlar

İnsanların genetik kodlarının bir sonucu olan iletişim kurma ihtiyaçları, sosyal ağların gelişimiyle birlikte ile daha kolay bir şekilde karşılanmaktadır (Crosier, Webster ve Dillon, 2012; Lewis ve West, 2009). 1995 yılında kurulan Classmates.com, kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurmasına imkân veren ilk sosyal ağ sitesidir. Sitenin kuruluş amacı, kullanıcıların eski sınıf arkadaşları ile yeniden bağlantı kurabilmesini sağlamaktır (classmates.com). Fakat bu site, kullanıcılarının yalnızca kayıtlı oldukları okulları aracılığıyla birbirleriyle bağlantı kurmasına izin vermiştir. Bu yüzden kullanıcılar birbirleriyle doğrudan iletişim kuramamıştır. Bu nedenle Boyd ve Ellison gibi bazı araştırmacılar Classmates.com’un gerçek bir sosyal ağ olarak kabul edilmesi gerektiğine ilişkin görüşe karşı çıkmaktadır (Boyd ve Ellison, 2008).

1997 yılında, kullanıcıların birbirleriyle doğrudan bağlantı kurabildikleri ilk sosyal ağ sitesi olan SixDegrees.com kurulmuştur (SixDegrees.com).

İnternet bağlantısına sahip olan kullanıcı sayısının artmasıyla beraber sosyal ağlar hızla büyümüştür. 2000’li yılların başında, bireylerin arkadaş bulma isteğini gerçekleştirmek için çeşitli sosyal ağ siteleri kurulmaya başlamıştır. Bu sitelerin en dikkat çekenlerinden biri olan Friendster, kullanıcıların, arkadaşlarının arkadaşları ile tanışmalarına imkân vermiştir. (Boyd ve Ellison, 2008). 2001 yılında kurulan Ryze.com, ilk sosyal iş ağı olma özelliğine sahiptir. Ryze.com, kullanıcıların, profesyonel iş ağlarını kurmasına ve genişletmesine yardımcı olmak için kurulmuştur. 2003 yılında benzer amaca hizmet eden profesyonel iş ağlarından biri olan LinkedIn kurulmuştur.

Günümüz sosyal ağ sitelerine daha çok benzeyen ilk sosyal ağ sitesi MySpace’tir ve 2003 yılında kurulmuştur. MySpace, kullanıcıların kendi profillerini kişiselleştirmesine imkân sunmuştur. Bu özelliği sayesinde kısa süre içerisinde popüler olmuş ve milyonlarca kullanıcı sayısına ulaşmıştır (MySpace.com). İlk sosyal ağlar 1997 yılında kurulmasına rağmen, MySpace, kısa bir zaman içerisinde küçük yaşlardaki kullanıcılar ile birlikte yetişkinleri de sosyal ağların içerisine çekebilmeyi başaramıştır (Boyd ve Ellison, 2010).

Facebook, Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulmuştur. Başlangıçta, yalnızca üniversite öğrencilerinin kullanımına açık olan Facebook, herkese açık hale gelmesinin ardından, kısa süre içerisinde milyonlarca kullanıcıya ulaşmıştır (Hu, Manikonda ve Kambhampati, 2014).

Twitter, 2006 yılında kurulmuştur. Kullanıcıların birbirlerine karakter sayısı sınırlı mesajlar gönderebildiği microblog sitelerinin başını çekmektedir (Hu, Manikonda ve Kambhampati, 2014). 2010 yılında ise görsel içerikli sosyal ağlara Instagram eklenmiştir. Instagram, kullanıcıların çektikleri fotoğraf ve videoları istedikleri takdirde filtreler ile manipüle ederek takipçileri ile paylaşabildiği bir sosyal ağıdır. 2010 yılında kurulmasına rağmen, yalın tasarımı ve fotoğrafların filtreler ile manipüle edilebilmesi, kısa bir sürede yaygınlaşmasını sağlamıştır (Hu, Manikonda ve Kambhampati, 2014).

## 2.2. Bir Sosyal Ağ Olarak Facebook

Facebook fonksiyonel olarak, kullanıcıların birbirlerine mesaj gönderebildikleri, arkadaşlarını arayabildikleri, ilişkilerini sürdürdürebildikleri ve kişisel bilgilerini hesaplarında gösterdikleri çevrimiçi bir sosyal ağ türüdür. 2004 yılının başlarında yalnızca Harvard Üniversitesi öğrencileri arasındaki bir sosyal ağ iken, ABD’de üniversitelerin neredeyse hepsine yayılmıştır (Lampe, Ellison ve Steinfeld, 2007). En hızlı büyüyen sosyal ağ sitelerinden biri olan Facebook, kullanıcılarına, dünyanın her yerinden birbirleriyle iletişime geçme imkân sunmaktadır. Milyonlarca kullanıcı, arkadaşlarıyla iletişim kurma, alternatif sosyal gruplara katılma ve yeni ilişkilere yelken açma hevesiyle Facebook kullanmaktadır (Sheldon, 2008). 2019 yılı istatistiklerine göre, Facebook’un aktif kullanıcı sayısı 2 milyarın üzerindedir (Statista.com). Bu kullanıcıların yaklaşık 81 milyonunun sahte hesaplar olduğu düşünülmektedir (brandwatch.com). Facebook’un açıkladığı verilere göre, günlük aktif kullanıcı sayısı 1.28 milyar iken, bu sayı aylık aktif kullanıcı açısından yaklaşık 1.94 milyar bulmaktadır (newsroom.fb.com).

Facebook, geleneksel yüz yüze iletişim kurma şekline yeni bir alternatif oluşturmuştur. Çünkü bu sosyal ağ ile insanlar çok daha kolay bir şekilde paylaşım yapabilmekte ve bağlantılar kurabilmektedir. Facebook yalnızca bireyleri değil, aynı zamanda toplulukları da etkilemektedir (Lampe vd., 2007). İşçiler, çalıştıkları işyerlerinde sosyalleşmenin bir parçası olarak Facebook kullanmaktadırlar. (DiMicco ve Millen, 2007).

### 2.3. Arkadaşlık Kavramı ve Arkadaşlık İlişisini Sürdürme

Kavram, Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından arkadaş olma durumu, arkadaşça yakışır davranış, omuzdaşlık, ünsiyet olarak tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr). En yalın ifadeyle arkadaşlık, bir veya birçok kişi arasında kurulan gönüllü ilişkidir. Sandell (1998), arkadaşlığın tanımından önce arkadaş kavramını “seçilebilen aile” olarak yapmıştır. Türk Dil Kurumu, birbirlerine karşı sevgi ve anlayış gösteren kimselerden her biri olarak tanımladığı arkadaş kelimesinin eş anlamları olarak bacanak, eş, yâren, yoldaş kelimelerini vermektedir (www.tdk.gov.tr). İnsanların tamamı birbirleriyle arkadaş olmak için can atmasa da arkadaş bulmak, arkadaşlık kurmak ve sürdürmek insanın temel sosyal yapısının bir gereği ve sonucudur. Arkadaşlık belli başlı bazı özelliklere sahiptir. Bunlar; gönüllü etkileşime dayalı olması, iki kişi arasındaki dayanışmayla ayakta kalabilmesi, belirli bir zaman dilimi içerisinde karşılıklı iletişim geçmişi olması ve tarafların ilişkiden zevk almaları olarak sıralanabilir (Cichocki, 1997).

Arkadaşlık, insanlar için bir ihtiyaçtır ve insan hayatının en önemli yönlerinden biridir. Sağlıklı bir arkadaşlık, iyi bir psiko-sosyal altyapı ile mümkündür (Bagwell vd., 2005). Arkadaşlıklar, duygusal yetenekler kazanmak, pratik tecrübeler edinmek ve ahlaki muhakeme geliştirmek için oldukça yararlıdır (Carter, Asmus ve Moss, 2013). Ayrıca insanların bir sosyal gruba ait olması, hayatta kalma ihtimallerini artırmaktadır (Voss, Markiewicz ve Doyle, 1999).

İnsanlar hayatta kalmak için birbirlerine ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle birbirleriyle işbirliği yapmak ve dayanışma halinde olmak zorundadır. İnsanlar sadece fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak için birbirine ihtiyaç duymaz aynı zamanda yaşadığı acıları ve sevinçleri paylaşmak için de birbirleriyle ilişki kurma ihtiyacı hisseder (Atasoy, 2005). İnsan, sosyal bir çevrede dünyaya gelir ve kendisini bu çevreden etkilenerek şekillendirir. İnsanın psikolojisi ve sosyolojik sağlığı için, içerisinde bulunduğu toplum ile birlikte yaşaması ve doğuştan gelen yeteneklerini geliştirmesi için arkadaşlıklar kurması gerekir (Yavuz, 1987). İnsan, içerisinde bulunduğu cemiyetin bir parçasıdır ve bu çevre ile sosyal bağlar geliştirmesi gerekmektedir. Zamanla içerisinde bulunduğu sosyal gruba aidiyet geliştirir ve kendisini bu sosyal çevrenin bir parçası haline getirir. Bu nedenle, arkadaşlık ilişkisi geliştirdiği kişiler, insanın gelişimi için önemlidir (Demir, 2002).

Arkadaşlığın gelişimi genel olarak başlangıç, sürdürme ve sonlanma olarak üç aşamadan oluşmaktadır. Arkadaşlığın başlangıcının ilk aşaması tanışmadır. Tarafların tanışması daha sonra arkadaşlığa evrilmektedir. Tanışıklığın devamında, bireyler birbirleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olur (Adams ve Blieszner, 1994). Arkadaşlığın kurulmasının ikinci aşaması ise ilişkiyi sürdürme aşamasıdır. Bu aşamada bireyler olağan ya da olağan dışı durumlarda birbirleri için gösterdikleri fedakârlıklar ve yardımseverlikleri ile birbirlerini test ederek ilişkilerini sürdürürler. Arkadaşlıklarını test etmeleri sonucunda mevcut ilişkilerini bir alt düzeye indirebilir, bir üst düzeye çıkarabilir, ilişkiyi farklı boyutlara taşıyabilir veya ilişkilerini sonlandırabilirler (Adam ve Blieszner, 1994).

İnsan hayatının vazgeçilmez ihtiyaçlarından biri olan arkadaşlık, farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Kant’a göre arkadaşlık ilişkileri; ihtiyaç, haz ve menfaat olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır. (Grunebaum, 2003). Fehr (1995) ise arkadaşlık ilişkilerini yaş faktörüne göre; çocukluk dönemi arkadaşlıkları, ergenlik dönemi arkadaşlıkları ve yetişkinlik dönemi arkadaşlıkları olarak üç başlıkta sınıflandırmaktadır. Arkadaşlıklar, ortam açısından ise iki alt kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar; çevrimiçi ve çevrimdışı arkadaşlıklardır.

Çevrimiçi ve çevrimdışı arkadaşlıklar zannedilenin aksine tam olarak birbirlerinden farklı değildir ve birbirlerinden kesin sınırlar halinde ayrılmazlar. Bunun bir örneği olarak, gerçek hayatta var olan çevrimdışı arkadaşlığın devamı olarak kurulan çevrimiçi arkadaşlıklar

ve çevrimiçi olarak başlayıp çevrimdışı olarak devam eden arkadaşlıklar verilebilir. Bu arkadaşlıkların seyri bazen çevrimiçinden çevrimdışına, bazen de çevrimdışından çevrimiçine doğru kayabilir. Bu yüzden birbirlerinden net olarak ayrıldıkları alanlar yoktur.

Bazı araştırmalara göre, çevrimiçi ortamlarda arkadaşlıklar, çevrimdışı yani geleneksel arkadaşlıklara göre daha samimi ve daha hızlı bir şekilde kurulmaktadır. Bunun sebebi ise, bireylerin ilgi alanlarını, hobilerini birbirleriyle açık olarak paylaşmaları ve kendilerini diğer kişilere daha rahat ifade etmelerinden kaynaklanmaktadır (McKenna, Green ve Gleason, 2002). Briggie (2008), çevrimiçi arkadaşlıklardaki etkileşimlerin uzaktan ve asenkron olmasının, ilişkinin çevrimdışı arkadaşlıklara göre daha samimi olmasına yol açtığını ifade etmiştir. Ona göre bunun bir diğer sebebi ise, bireylerin kendilerini sunmaya ve karşılıklı bilgi paylaşmaya çevrimdışı arkadaşlıklara göre daha fazla istekli olmasıdır. Gerçek hayattaki arkadaşlık ilişkilerinde bunları elde etmek oldukça güçtür.

Fröding ve Peterson (2012), Aristo'nun arkadaşlık teorisini temel alan çalışmalarında, eğer internet üzerinden kurulan arkadaşlıklar gerçek hayatta bir karşılık ifade etmiyorsa, buna tam olarak arkadaşlık denmeyeceğini belirtmişlerdir. Çevrimiçi ortamlarda bulunmak için insanlar öncelikle o ortama girmek için bir karar verme süreci yaşamaktadır. Bazen bireyler çevrimiçi olmayı tercih ederlerken, bazen de bozuk olan psikolojileri ya da sadece o an canları istemediği için uzak durmayı tercih edebilmektedir. Bu gibi faktörler arkadaşlık ilişkisine sınırlamalar koymaktadır. Bunun sonucunda bireyler, birbirleriyle ilgili derinlikli bir bilgi paylaşımı yapamamaktadır. Bu ise temel olarak Aristo'nun arkadaşlık teorisinin gerekliliklerine uymamaktadır. Aristo'nun arkadaşlık teorisinin ana omurgalarından biri, dürüstlüktür. Bireyler çevrimiçi ortamlarda bilinçli bir şekilde kendilerinin en iyi hallerini paylaşmaktadır. Bu ise dürüst bir davranış değildir.

#### 2.4. Sosyal Ağlarda Arkadaşlık

Sosyal ağlarda kurulan arkadaşlıklar, çevrimiçi arkadaşlıklardır. Bu arkadaşlıklar, teknolojinin gelişmesi ve hem hızının hem de yaygınlığının artması nedeniyle insanlar için vazgeçilmez hale gelen bir arkadaşlık türünü oluşturmaktadır. Bu arkadaşlık türünün başlaması için tarafların birbirini önceden tanıyıp olması şart değildir. McCarthy (2007) tarafından yapılan bir araştırmada ise, 200 kişiden 82'sinin yabancıardan gelen arkadaşlık isteklerini kabul ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Yabancı kişilerin kendi kişisel bilgilerine ulaşmasına izin vermişlerdir. Birçok Facebook kullanıcısı, site içerisindeki güvenlik seçeneklerinin varlığının farkında olmasına rağmen, yabancılar ile iletişim bilgilerini paylaşmaktan çekinmemektedir (Govani ve Pashley, 2005).

Facebook, bireylerin sosyalleşme süreçlerini daha kolay hale getirmesinin yanısıra arkadaşlığa yeni bir anlayış da getirmiştir (Hamington, 2010). Facebook, geleneksel arkadaşlık ilişkilerini, kullanıcılar arasındaki tanımlanan kod bağlantılarına indirgemıştır. Bu bağlantı temelli arkadaşlıklar ise, geleneksel arkadaşlıkların sahip oldukları karmaşık ve derin ilişkiler yumağından oldukça farklı bir yapıya sahiptir. Günümüz toplumunda, bireyler arasındaki ilişkilerin temelini oluşturan iletişim ve sosyalleşme yöntemlerindeki değişiklikler, Facebook arkadaşlıklarını, geleneksel arkadaşlıklardan oldukça farklılaştırmıştır. Genel olarak bakıldığında Facebook, bir iletişim ortamı olmasından daha çok, sahip olduğu iletişim hızı ile geleneksel arkadaşlıklardan ayrılmaktadır.

Facebook kullanıcıları bir profil oluşturmakta, sosyal ağlardaki bağlantılarını kurmakta, bu bağlantıları sürdürmek için "arkadaşlık" istekleri göndermekte ve almaktadır. Bu istekler kimi zaman arkadaşlardan, kimi zaman tanıdıklardan, kimi zaman da tanımadıkları kişilerden gelebilmektedir (Lampe vd., 2007). Kullanıcılar kendilerine gelen istekleri kabul edebilir, yoksayabilir ya da istek gönderen kişiye bir mesaj gönderebilir. Tanınmayan yabancı kişilerden gelen istekleri kabul etmek, yabancı kişilere kişisel bilgilere

ulaşmaları için izin vermek anlamına gelmektedir (Govani ve Pashley, 2005). Arkadaşlık isteği kabul edilen kişiler, kullanıcının yorumlarını, sosyal ağını, kullanıcı profilini görüntülemeye izin vermiş demektir.

Facebook, insanlar tarafından farklı amaçlar için kullanılmaktadır. Lampe ve arkadaşları (2007) yaptıkları bir çalışma sonucunda, insanların yeni bir çevrimiçi arkadaşlık geliştirmek yerine daha çok var olan çevrimdışı ilişkilerini devam ettirmek ya da daha da geliştirmek amacıyla Facebook kullandıklarını ortaya koymuşlardır. Genellikle bu çevrimdışı ilişkiler, sınıf ve ders dışı ortamlarda gelişen arkadaşlıklardır (Lampe vd., 2007). Facebook'ta kullanıcılar bazen yabancıları da arayabilir ya da önerilen arkadaşlar olarak yabancıları da görebilirler. Bilgisayar tabanlı iletişim sitelerinin temel özelliklerinden biri de anonim olmasıdır. Bu yüzden, yabancılar ya da tanınmayan bireyler sosyal medya içerisinde sahte kimlikler ile bulunabilmektedir. Kişiler sosyal ağlarda oluşturdukları profillerde kişisel özelliklerini ortaya koyarken, gerçek ya da sahte kimlikler kullanma seçeneğine de sahiptir (Baym, 1998). Facebook'taki arkadaş sayısı, kullanıcının sosyal ağlardaki popülerliğini de göstermektedir. Fakat kullanıcının çok fazla sayıda arkadaşının olması, popülerlikten çok karşı tarafta güvensizlik hissi oluşturmaktadır (Tong vd., 2008). Tong ve arkadaşlarına göre (2008), ideal olan kullanıcının optimal arkadaş sayısına sahip olmasıdır.

Sosyal ağ kullanıcısının çok fazla arkadaşına sahip olmasının, sosyal ağlardaki arkadaşlıklardan elde edilecek faydayı azalttığına ilişkin çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bloor (2010), eğer sosyal ağda çok fazla arkadaşınız varsa, sosyal ağın fayda etkisinin dağıldığını ifade etmiştir. Büyük arkadaş gruplarıyla arkadaşlık sürdürmek, zamanla odak noktasını güvenilir arkadaşlardan uzak tutmaya neden olur. Bu kişiler ile yapılan yüz yüze iletişimin yerini sosyal ağ aldığından, bireyler arası samimiyet, güven ve sadakat azalır.

Facebook arkadaşlık geliştirmek için tek başına yeterli değildir. Arkadaşlık ilişkisi, sanal dünyadan ziyade gerçek ortamlarda kurulmalıdır. Bunlara rağmen, Facebook şu anda yalnızca sanal olarak kurulan bir arkadaşlıktır ve bir gün insanların yüz yüze görüşmesine imkân tanırsa, o zaman bu kurulan ilişkinin gerçek bir arkadaşlık ilişkisi olduğu söylenebilir (Condella, 2010).

Facebook üzerine yapılan araştırmaların birinde, gençlerin, ebeveynlerinden gelen arkadaşlık isteklerine verdikleri cevaplar incelenmiş ve gençlerin her iki ebeveyninden gelen arkadaşlık isteklerine olumlu cevap verme eğiliminde olduğu ortaya konmuştur. Bununla birlikte genç ile ebeveynleri arasında geçmişten gelen iletişim bozukluklarının, çocuğun arkadaşlık isteğini reddetmesi yönünde yönlendirici bir etkisinin olduğu belirlenmiştir (Child ve Westermann, 2013). Lisans düzeyindeki öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki arkadaşlık ilişkisini araştıran bir başka araştırma sonucunda öğrencilerin okulda samimi olmadıkları halde hocalarını Facebook'ta arkadaş olarak eklediklerine ulaşılmıştır. Öğrencileri ile yaş farkı az olan öğretim üyelerinin, öğrenciler ile Facebook'ta arkadaş olma konusunda daha istekli oldukları ortaya konmuştur (Sheldon, 2016).

Sosyal ağlarına yükleyecekleri fotoğrafları özenle seçen kullanıcılar, sosyal ağlardaki profillerinin fiziksel çekiciliklerini sanal yollarla artırabilmektedir (Toma ve Hancock, 2010). Kullanıcılarının büyük çoğunluğu Facebook profillerini, kendilerini en iyi temsil edecek şekilde dizayn etmektedir. Facebook profillerindeki bilgilerin doluluğu ile arkadaş sayısı birbiriyle doğru orantılıdır (Lampe vd., 2007). Kullanıcıların sosyal ağlarda kendilerini sunma isteği onları, en alımlı fotoğraflarını sosyal ağlara yüklemeleri yönünde baskılamaktadır (Manago, Graham ve Greenfield ve Salimkhan 2008). Bunların yanında sosyal ağların, diğer profilleri incelemeye imkân sunması, kullanıcıların kendileri ile diğer kullanıcıları karşılaştırmasına ve kendilerini onlara benzetmeye çalışmalarına yol açmıştır (Tiggeman ve McGill, 2004).

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Günümüzde bireyler sosyal medya olarak ifade edilen sanal ortamda daha fazla zaman geçirmekte, farklı ihtiyaçlarını buradan karşılamakta ve oluşturdukları bu sanal dünyayı günlük yaşamlarının bir parçası olarak görmektedir. Bu araştırmanın amacı gençlerin genel Facebook kullanım alışkanlıklarının yanı sıra arkadaşlık ilişkisinin başlamasını ve sonlandırılmasını etkileyen faktörleri incelemektir.

#### 3.2. Araştırmanın Hipotezleri

**H<sub>1</sub>:** Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.

**H<sub>1a</sub>:** Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının cinsiyetine göre farklılık gösterir.

**H<sub>1b</sub>:** Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının sınıf düzeyine göre farklılık gösterir.

**H<sub>1c</sub>:** Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının gelir düzeyine göre farklılık gösterir.

**H<sub>2</sub>:** Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı, katılımcıların demografik özellikleri açısından farklılık gösterir.

**H<sub>2a</sub>:** Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcının cinsiyeti açısından farklılık gösterir.

**H<sub>2b</sub>:** Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcının sınıf düzeyleri açısından farklılık gösterir.

**H<sub>2c</sub>:** Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcının gelir düzeyleri açısından farklılık gösterir.

#### 3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada Sibona ve Walczak (2011) tarafından geliştirilen anket temel alınmıştır. Anket, web tabanlı olarak oluşturulmuştur. Araştırmanın evrenini Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma, evrenin tümüne ulaşılması zor olduğu için kolayda örnekleme yoluna gidilmiştir. Yönetim Bilişim Sistemleri Bölüm öğrencileri araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

#### 3.4. Veri Toplama Süreci

Oluşturulan anket, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü öğrencilerine akıllı telefonlar vasıtasıyla derslik ortamında uygulanmıştır. Ankete 287 öğrenci katılmıştır. Eksik ve hatalı doldurulan, boş bırakılan 6 anket değerlendirme dışı bırakılarak 281 sağlıklı anket ile değerlendirmeler yapılmıştır.

### 4. BULGULAR

#### 4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

##### *Katılımcıların Demografik Özellikleri*

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler tabloda gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde, katılımcıların cinsiyet bakımından eşit olarak dağıldığı görülmektedir. Gelir durumuna göre ise, katılımcıların yaklaşık %87'sinin geliri 3300 liranın altındadır. 1700 lira ve altında gelire sahip katılımcı ise, toplam katılımcıların üçte birini

oluşturmaktadır. Okudukları sınıf düzeyleri açısından bakıldığında ise, yaklaşık %30'unun ikinci sınıf olduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Katılımcı	Seçenekler	Kişi sayısı	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	140	49.8
	Erkek	141	50.2
Sınıf	1	72	25.6
	2	84	29.9
	3	66	23.5
	4	59	21
Gelir	1700 altı	93	33.1
	1700 – 2499	95	33.8
	2500 – 3299	56	19.9
	3300 ve üstü	37	13.1

### ***Katılımcıların Facebook Kullanımları***

Katılımcıların Facebook kullanım alışkanlıklarına ilişkin sonuçlar incelendiğinde, katılımcıların yaklaşık %59'unun, gerçek hayattaki arkadaş sayısının 21 ve daha fazla kişiden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların sosyal ağlarda ortalama 420 arkadaşı olduğu söylenebilir. Sosyal ağları kullandıkları süreler açısından ise katılımcıların büyük çoğunluğunun 4 yıldan daha uzun süredir sosyal ağları kullandığı görülmektedir. Aile üyeleri ile Facebook'ta arkadaş olma konusunda ise katılımcıların büyük çoğunluğunun (yaklaşık %82) kardeşleri ile Facebook'ta arkadaş olduğu ve aile üyelerinden hiçbiri arkadaş listesinde bulunmayan katılımcıların ise oranının yaklaşık %9 olduğu gözlenmektedir.

Katılımcıların yaklaşık üçte biri, aile üyelerinin olmadığı başka bir hesabınız var mı sorusuna evet cevabını vermiştir. Aile üyelerinin arkadaş listelerinde bulunması, katılımcıların büyük bir kısmını (%85), paylaşımlarında, beğenilerinde, yorumlarında ve diğer sosyal ağ etkileşimlerinde daha dikkatli olmaya sevk etmektedir. Katılımcıların yaklaşık %46'sı sosyal ağlarda arkadaş oldukları kişileri hem gerçek hayatta hem sosyal ağlarda tanışalar da, hiç tanımadıkları kişiler ile arkadaş olanların oranı yaklaşık olarak %42 düzeyindedir.

Katılımcıların Facebook'ta paylaşım yapma sıklığı konusunda düşündükleri ve yaptıkları paylaşım sıklığı arasında bir benzerlik olduğu söylenebilir. Nitekim ayda bir ya da birkaç kez paylaşım yapmaları gerektiğini düşünenlerin oranı yaklaşık %60'ken, bu şekilde paylaşım yaptığını söyleyenlerin oranı yaklaşık %66 civarındadır. Günde ikiden fazla paylaşım yapmaları gerektiğini düşünenlerin ve söyleyenlerin oranı ise oldukça düşüktür. Katılımcıların yaklaşık %31'i, kendi gönderilerine yorum, beğeni vs. yaparak onlarla etkileşime geçen arkadaş sayısının en fazla 19 olduğunu ifade etmişlerdir.

**Tablo 2.** Facebook Kullanım Alışkanlıkları

Sorular	Seçenekler	Kişi	Yüzde (%)
Gerçek hayattaki arkadaş sayısınız?	0-11	56	19.9
	12-20	59	21
	21 ve üstü	166	59.1
Sosyal ağları kaç yıldır kullanıyorsunuz?	1-3	24	8.5
	4-6	96	34.2
	7-9	119	42.3
	10 ve daha fazla	42	14.9
Arkadaş listenizde ailenizden kimler var?	Annem var	103	36.7
	Babam var	130	46.3
	Kardeşim/kardeşlerim var	229	81.5
	Hiçbiri yok	24	8.5
Birden fazla hesabınız var mı?	Evet	96	34.2
	Hayır	185	65.8
Aile üyelerinizin olması	Evet	240	85.4



Facebook paylaşımlarınızı etkiler mi?	Hayır	41	14.6
	Gerçek hayattan tanıyorum	155	55.2
Facebook arkadaşlarınızı nereden tanıyorsunuz?	Sosyal ağlardan tanıyorum	160	57
	Hem gerçek hayatta hem sosyal ağlarda tanıyorum	160	46.3
	Hiç tanımıyorum	117	41.6
	Günde 1-3 kez	104	37
	Günde 4-6 kez	58	20.6
Facebook'a ne kadar sıklıkla giriyorsunuz?	Günde 7 ve üzeri	48	17.1
	Haftada birkaç kez	35	12.5
	Haftada bir kez	13	4.6
	Ayda bir kez	5	1.8
	Ayda bir kezden daha az	18	6.4
	Günde bir kez	9	3.2
	Günde iki kez	9	3.2
Facebook'ta ne kadar sıklıkla gönderi paylaşmanız gerektiğini düşünüyorsunuz?	Günde ikiden fazla	1	0.4
	Haftada bir kaç kez	55	19.6
	Haftada bir kez	39	13.9
	Ayda bir kez	55	19.6
	Ayda bir kezden daha az	113	40.2
	Günde bir kez	9	3.2
	Günde iki kez	1	0.4
	Günde ikiden fazla	3	1.1
Facebook'ta ne kadar sıklıkla gönderi paylaşıyorsunuz?	Haftada bir kaç kez	54	19.2
	Haftada bir kez	32	11.4
	Ayda bir kez	52	18.5
	Ayda bir kezden daha az	130	46.3
	0-19	86	30.6
Son altı ayda gönderilerinize yorum yapan ya da beğenen kaç arkadaşınız var?	20-39	46	16.4
	40-59	51	18.1
	60-79	42	15.9
	80 ve üzeri	56	19.9

### ***Katılımcıların Facebook Kullanımına İlişkin Değerlendirmeler***

Katılımcıların Facebook hakkında ne düşündüklerine dair ifadelere katılım düzeyleri tabloda gösterilmiştir. En yüksek katılım oranı, Facebook'u öğrenmek kolaydır (%44) ifadesinde görülmektedir. Katılımcıların en çok Facebook'un diğer sosyal ağ sitelerinden daha iyi olduğu (%35) konusunda kararsızdır. Bunu sırasıyla kullanmaktan hoşlanma, tatmin olma ve Facebook'u başkalarına tavsiye vermek için kullanma ifadeleri takip etmektedir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Facebook Kullanımının Değerlendirilmesi

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Emin değilim (%)	Katılıyorum (%)	Kesinlikle katılıyorum (%)	Ort.	Std. S.
Facebook'u öğrenmek benim için kolaydır.	7.1	3.6	3.6	42	44	4.1	1.1
Arkadaşlıklarımı sürdürmemde Facebook bana yardımcı olur.	16	22	19	31	11	3.0	1.3
Facebook'un kullanımı kolaydır.	6	3.9	6.4	45	39	4.1	1.1
Gönderi paylaşma kolaydır.	5.3	3.2	4.6	45	42	4.1	1.0
Arkadaşlarımdan yaptıklarından haberdar olma konusunda Facebook bana yardımcı olur.	6	8.2	7.5	49	29	3.9	1.1
Facebook beğendiğim özelliklere sahiptir.	7.8	13	27	39	13	3.4	1.1
Facebook kaliteli bir sitedir.	8.9	14	29	38	10	3.3	1.1
Facebook diğer sosyal ağ sitelerinden daha iyidir.	17	26	35	16	5.3	2.7	1.1
Facebook kullanmaktan hoşlanıyorum.	8.9	16	32	34	8.5	3.2	1.1

Facebook arkadaşlıkları sürdürmek için faydalıdır.	13	19	29	32	7.5	3.0	1.2
Facebook'u başkalarına tavsiye vermek için kullanırım.	21	27	27	21	3.6	2.6	1.1
Facebook, arkadaşlarımla iletişim bilgilerimi tutmamda yardımcı olur.	14	17	20	38	11	3.2	1.2
Facebook'tan tatmin oluyorum.	14	25	31	26	4.6	2.8	1.1
Facebook'taki arkadaş sayım gerçek hayattaki arkadaş sayımdan fazladır.	20	19	14	32	16	3.1	1.4
Facebook'ta ihtiyacım olan şeyi bulmam benim için kolaydır.	10	10	29	38	13	3.3	1.1

### ***Katılımcıların Facebook Paylaşımına İlişkin Değerlendirmeler***

Katılımcıların Facebook'taki kendi paylaşımlarına ilişkin ifadeleri içeren sorulara verdikleri cevaplar ise aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

**Tablo 4.** Katılımcıların Kendi Facebook Paylaşımlarının Değerlendirilmesi

<b>İfadeler</b>	<b>Kesinlikle katılmıyorum (%)</b>	<b>Katılmıyorum (%)</b>	<b>Emin değilim (%)</b>	<b>Katılıyorum (%)</b>	<b>Kesinlikle katılıyorum (%)</b>	<b>Ort.</b>	<b>Std. S.</b>
Uygun içerik paylaşıyorum.	11.7	5.3	1.4	37	44.5	4.0	1.3
Yediğim yemekleri paylaşıyorum	40.9	38.1	9.3	10.3	1.4	1.9	1.0
Doğum günleri ile ilgili paylaşım yaparım.	20.3	18.1	8.9	39.1	13.5	3.1	1.4
Satın aldığım şeyler ile ilgili paylaşımlar yaparım.	44.5	39.9	7.5	6.4	1.8	1.8	1.0
Maç skorları ile ilgili paylaşım yaparım.	46.3	29.5	7.8	12.1	4.3	2.0	1.2
Facebook gönderilerini sık sık paylaşıyorum.	39.9	40.2	12.8	4.3	2.8	1.9	1.0
Gönderilerimde sert eleştiri yapmaktan çekinmem.	34.9	29.5	14.6	14.9	6	2.3	1.3
İşim ile ilgili gönderi paylaşıyorum.	30.6	29.9	10.7	20.3	8.5	2.5	1.3
Günlük yaşama dair sıradan paylaşımlar yaparım.	19.6	22.4	11.7	35.6	10.7	3.0	1.3
Yaptığım sporla ilgili paylaşımlar yaparım.	39.5	29.5	8.9	20.3	1.8	2.2	1.2
Ticari amaçlı paylaşımlar yaparım.	44.5	33.5	10	9.3	2.8	1.9	1.1
Paylaşımlarımda bazen kırıcı olduğumu düşünürüm.	44.1	34.9	8.2	10.3	2.5	1.9	1.1
Cinsiyetçi ifadeler içeren paylaşımlar yaparım.	59.1	33.1	2.5	3.9	1.4	1.6	0.8
İnancım ile ilgili paylaşımlar yaparım.	37.4	28.5	8.5	16.7	8.9	2.3	1.4
Para ile ilgili paylaşımlar yaparım.	52	38.1	6.4	2.5	1.1	1.6	0.8
Politik görüşüm ile ilgili paylaşımlar yaparım.	41.3	29.9	9.3	12.1	7.5	2.1	1.3
Evcil hayvanlarım ile ilgili paylaşımlar yaparım.	46.3	32	8.2	11	2.5	1.9	1.1
İrkçi paylaşımlar yaparım	61.9	30.6	2.1	3.6	1.8	1.5	0.8

Katılımcıların büyük çoğunluğu ırkçı ve cinsiyetçi ifade içeren paylaşım yapmama konusunda görüş birliğine sahiptir. Katılımcıların en yüksek katılım oranı, uygun içerik paylaşma (yaklaşık %45) ifadesinde görülmektedir. Katılımcıların Facebook paylaşımlarının genellikle doğum günleri ve günlük yaşama dair sıradan paylaşımlar olduğu söylenebilir.

### ***Katılımcıların Arkadaşlık İsteğine Yönelik Davranışı***

Katılımcıların Facebook üzerinden tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerine ilişkin değerlendirmeleri Tablo 5'te görülmektedir.

**Tablo 5.** Facebook'ta Tanınmayan Kişilerden Gelen İsteklere İlişkin Davranış

Sorular	Seçenekler	Kişi	Yüzde (%)
Tanınmadığınız bir kişiden arkadaşlık isteği geldiğinde genellikle	Hemen kabul ederim	3	1.1
	İnceleyerek kabul ederim	140	49.8
Tanınmadığınız kişiye tanıyamadığınıza ilişkin bir mesaj gönderir misiniz?	Kabul etmem	138	49.1
	Evet, her zaman	89	31.7
	Bazen gönderirim	21	7.5
	Hayır, göndermem	171	60.9
	Sempatiklik	49	6.8
	Politik görüş	31	4.3
	Dini inanç	28	3.9
Tanınmadığınız hesapları arkadaş olarak kabul etmenizden en etkili olan faktörler nelerdir?	Aynı yaş grubunda olmak	78	10.8
	Profil resmi	60	8.3
	Hemcins olması	69	9.6
	Karşı cins olması	25	3.5
	Paylaşımları	132	18.4
	Memleketi	70	9.7
	Aynı üniversitede okuyor olmak	164	22.8
Tanınmadığınız hesaplardan gelen arkadaşlık isteklerini reddetmenizden en etkili olan faktör nedir?	Diğer	13	1.8
	Tanımiyor olmam	182	64.8
	Ortak arkadaşımızın olmaması	17	6
	Hesabın güvenilir gelmemesi	80	28.7
	Karşı cins olması	2	0.7
	Diğer		

Facebook'ta, gerçek hayatta tanınmayan kişilerden gelen arkadaşlık isteklerini kabul ederken, hangi faktörlerin etkili olduğuna dair soruya verilen cevaplara bakıldığında ise, istek gönderen hesaptaki kişi ile aynı üniversitede eğitim (%22.8) alıyor olmanın bu istekleri kabul konusunda kendilerini olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Katılımcıların bir kısmı ise bu istekleri kabul etmelerinde etkili olan faktör olarak kişinin paylaşımlarını (%18.4) göstermiştir. Aynı yaş grubunda bulunmak (%10.8), bir çeşit akran olmak ise bu arkadaşlık isteklerinin kabulünde olumlu etkisi olan ayrı bir etken olarak görülmektedir. İstek gönderen hesabın katılımcının hem cinsi (%9.6) olması da kabul edilme sürecinde olumlu yönde etki etmektedir. Karşı cins (%3.5) olması, politik görüşü (%4.3) ve dini inancı (%3.9) ise kabul sürecinde etkilere sahip olsa da nispeten etkileri daha az olan faktörlerdir.

Katılımcıların çoğunluğu (yaklaşık %65'i), Facebook üzerinden tanınmayan kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin reddedilmesinde en etkili olan faktörün o kişinin tanınmaması olduğunu ifade etmiştir. Hesabın güven vermemesi ise, katılımcıların bu arkadaşlık isteğini reddetmesinde etkili olan diğer bir faktör olarak belirtilmiştir. İsteği gönderen kişinin cinsiyetinin karşı cins olması ise, katılımcının isteği reddetmesinde neredeyse hiçbir olumsuz etkiye sahip değildir.

### **Facebook'ta Arkadaşıktan Çıkarma Davranışı**

Katılımcıların arkadaş listesinde bulunan bir hesap ile var olan arkadaşlığını hangi sebeplerden dolayı sonlandırdığına ilişkin sonuçlar Tablo 6'da gösterilmiştir. Tablo 6'ya göre, katılımcıların yaklaşık %84 gibi büyük bir çoğunluğu, Facebook'taki bir arkadaşını arkadaşlıktan çıkarmıştır. Katılımcıların arkadaşlıktan çıkardığı kişilerin yaklaşık %19'unu internet arkadaşları oluşturmaktadır.

Katılımcıların Facebook üzerindeki arkadaşlıktan çıkarma kararı üzerinde en önemli etkenin arkadaşlıktan çıkarılan kişinin, gerçek hayattaki (%42.3) davranışlarıdır. Katılımcıların arkadaşlıktan çıkarılan kişiyi ne kadar süredir tanıdıkları sorulduğunda verilen cevaplar, tanışıklık süresi ile arkadaşlıktan çıkarılma oranı arasındaki ters ilişkiyi ortaya koymaktadır. Nitekim 1 yıldan daha az süredir arkadaş olunan kişiler %32 ile en çok arkadaşlıktan çıkarılan Facebook arkadaşlarının başında gelmektedir. Facebook üzerinden arkadaşlık kurmak amacıyla arkadaşlık isteğini ilk gönderen taraf ise genellikle arkadaşlıktan çıkarılan kişidir. Katılımcılar, kendileri arkadaşlık isteğini gönderip arkadaş oldukları kişileri nispeten daha az arkadaşlıktan çıkarmaktadır. Tablo 6'ya göre, katılımcıların

yaklaşık %66'sı son bir yılda en fazla 9 kişiyi arkadaşlıktan çıkarmakta ve son bir yılda katılımcıların çoğunun (%49) bu kişilerle hiç görüşmediği görülmektedir.

**Tablo 6.** Facebook'ta Arkadaşlıktan Çıkarma Davranışı

Sorular	Seçenekler	Katılımcı sayısı	Yüzde (%)	
Facebook'ta birisini arkadaşlıktan çıkarttınız mı?	Evet	236	84	
	Hayır	45	16	
	Aile üyelerinden birisi	4	1.4	
	Arkadaşın arkadaşı	45	16	
	Çocukluk arkadaşı	3	1.1	
	Duygusal partnerim	23	8.2	
	İlkokul arkadaşım	10	3.6	
	İnternet arkadaşı	53	18.9	
	Arkadaşlıktan çıkardığınız son kişi	İş arkadaşı	2	0.7
		Komşu	7	2.5
Lisans arkadaşım		34	12.1	
Lise arkadaşım		42	14.9	
Partnerimin arkadaşı		2	0.7	
Yüksek lisans arkadaşım		3	1.1	
Hatırlamıyorum		4	1.6	
Diğer		49	17.4	
Arkadaşlıktan çıkardığınız bu kişinin hangi ortamdaki davranışı size etkiledi?		Facebook'taki	92	32.7
		Gerçek hayattaki	119	42.3
	Emin değilim	23	8.2	
	Boş	47	16.7	
Arkadaşlıktan çıkarttığınız bu kişiyi ne kadar süredir tanıyorsunuz?	1 yıldan az	91	32.4	
	1-3 yıl	79	28.1	
	4-6 yıl	42	14.9	
	7-9 yıl	10	3.6	
	10 yıl ve üstü	12	4.3	
	Boş	47	16.7	
	10'dan az	62	22.1	
Arkadaşlıktan çıkarttığınız bu kişiyle son bir yılda kaç kez görüştünüz?	11-20	8	2.8	
	21-31	8	2.8	
	32-42	1	0.4	
	43 ve üstü	18	6.4	
	Hiç	138	49.1	
	Boş	46	16.4	
	Ben göndermiştim	28	10	
Arkadaşlıktan çıkarttığınız bu kişiyle arkadaş olurken ilk isteği kim göndermişti?	O göndermişti	122	43.4	
	Hatırlamıyorum	101	35.9	
	Boş	30	10.7	
	0-9	184	65.5	
Son bir yılda kaç kişiyi arkadaşlıktan çıkardınız?	10-19	51	18.1	
	20-29	17	6	
	30 ve üzeri	29	10.3	

### *Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Facebook Paylaşımlarına İlişkin Değerlendirmeler*

Bireyler, Facebook'ta yapılan bu paylaşımların, sıklığı, çeşitleri ve bireylerde uyandırdığı duygular sebebiyle bazı kişileri arkadaşlıktan çıkarma yönünde davranış sergilemektedir. Arkadaşlıktan çıkarma nedenlerine ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tabloya göre katılımcıların en yüksek katılım oranları ilgilerini çekmeyen paylaşımlar yapan (%35.6), çok sık paylaşımlar yapan (%30.6) ve politik gönderiler paylaşan (%29.2) arkadaşlarını arkadaşlıklardan çıkarma ifadelerinde görülmektedir.

**Tablo 7.** Arkadaşıktan Çıkarılan Kişinin Facebook Paylaşımlarının Değerlendirilmesi

İfadeler	Kesinlikle katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Emin değilim (%)	Katılıyorum (%)	Kesinlikle katılıyorum (%)	Ort.	Std. S
Düzenli yaptığı sporlarla ilgili sık paylaşım yapardı.	23.1	53.4	13.9	6.8	2.8	2.1	0.9
Kendisinin sattığı bir ürün ya da hizmetin reklamlarını çok sık paylaşırdı.	26	48.4	8.2	12.1	5.3	2.2	1.1
Sporlarla ilgili maç skorlarını çok sık paylaşırdı.	28.1	48.4	11	7.8	4.6	2.1	1.1
Yıl dönümleri hakkında sık paylaşım yapardı.	22.4	50.9	12.1	10	4.6	2.2	1.1
Beni aşağılayıcı paylaşımları sık sık yapardı.	44.1	45.9	6.8	1.8	1.4	1.7	0.8
Bana karşı kaba ifadeler içeren paylaşımları sık sık yapardı.	39.9	50.9	6.4	2.8	0	1.7	0.7
Satın aldığı şeyleri sık sık paylaşırdı.	28.5	43.8	8.5	12.5	6.8	2.3	1.2
İlgimi çekmeyen gönderileri sık sık paylaşırdı.	20.6	16.7	8.9	18.1	35.6	3.3	1.6
Yemek ile ilgili gönderileri sık sık paylaşırdı.	26	48.8	9.6	9.6	6	2.2	1.1
Uygunsuz içerikleri sık sık paylaşırdı.	33.5	47.7	8.9	6	3.9	2.0	1.0
Çok sık gönderi paylaşırdı.	18.5	17.8	11.7	21.4	30.6	3.3	1.5
Politik görüşü ile ilgili sık paylaşım yapardı.	22.8	23.8	10.3	13.9	29.2	3.0	1.6
Dini inançları ile ilgili sık paylaşım yapardı.	30.6	50.2	10	5	4.3	2.0	1.0
Cinsiyetçi ifadeler içeren paylaşımları sık sık yapardı.	32	50.2	9.6	6	2.1	2.0	0.9
İşile ilgili sık paylaşım yapardı.	24.9	49.8	11.4	7.5	6.4	2.2	1.1
Kazandığı para ile ilgili sık paylaşım yapardı.	29.5	52.3	8.9	5.7	3.6	2.0	1.0
Evcil hayvanı ile ilgili sık paylaşım yapardı.	32.4	50.2	10.3	4.6	2.5	1.9	0.9
İrkçi ifadeler içeren gönderileri sık sık paylaşırdı.	32.4	45.9	9.6	6.4	5.7	2.1	1.1

## 4.2. Analizler

Anket soruları, günlük yaşam, önemsiz/ sık, kutuplaştırıcı ve uygunsuz olmak üzere 4 boyuttan oluşmaktadır.

**Tablo 8.** Arkadaşıktan Çıkarılan Kişinin Facebook Paylaşımlarına İlişkin Güvenilirlik Analiz Sonuçları

Facebook'ta arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımlarına ilişkin güvenilirlik analizi	Cronbach's $\alpha$
Günlük Yaşam	0.830
Düzenli yaptığı sporlarla ilgili sık paylaşım yapardı.	
Kendisinin sattığı bir ürün ya da hizmetin reklamlarını çok sık paylaşırdı.	
Sporlarla ilgili maç skorlarını çok sık paylaşırdı.	
Yıl dönümleri hakkında sık paylaşım yapardı.	
Satın aldığı şeyleri sık sık paylaşırdı.	
Yemek ile ilgili gönderileri sık sık paylaşırdı.	
İşile ilgili sık paylaşım yapardı.	
Kazandığı para ile ilgili sık paylaşım yapardı.	
Evcil hayvanı ile ilgili sık paylaşım yapardı.	
Uygunsuz	0.778
Beni aşağılayıcı paylaşımları sık sık yapardı.	
Bana karşı kaba ifadeler içeren paylaşımları sık sık yapardı.	
Uygunsuz içerikleri sık sık paylaşırdı.	
Cinsiyetçi ifadeler içeren paylaşımları sık sık yapardı.	
İrkçi ifadeler içeren gönderileri sık sık paylaşırdı.	
Önemsiz/sık	0.837
İlgimi çekmeyen gönderileri sık sık paylaşırdı.	
Çok sık gönderi paylaşırdı	
<b>Katılımcıların Facebook paylaşımlarına ilişkin güvenilirlik analizi</b>	
Günlük Yaşam	0.762
Yediğim yemekleri paylaşırım	
Doğum günleri ile ilgili paylaşım yaparım.	

Satın aldığım şeyler ile ilgili paylaşımlar yaparım.	
Maç skorları ile ilgili paylaşım yaparım.	
İşim ile ilgili gönderi paylaşırım.	
Yaptığım sporla ilgili paylaşımlar yaparım.	
Ticari amaçlı paylaşımlar yaparım.	
Para ile ilgili paylaşımlar yaparım.	
Evcil hayvanlarım ile ilgili paylaşımlar yaparım.	
Kutuplaştıracı	0.638
Facebook gönderilerini sık sık paylaşırım	
Gündelik yaşama dair sıradan paylaşımlar yaparım.	

Kullanılan anketin güvenilirliği Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi ile test edilmiştir. Bu analiz sonucunda Cronbach's Alpha değeri,  $\alpha > 0.6$ 'dan (Bagozzi ve Yi, 1988) yüksek olduğu görülmektedir.

### **Kruskal Wallis-H Testi**

Katılımcıların Facebook üzerindeki arkadaşlıktan çıkarılma davranışının ve kendi Facebook paylaşımlarının sınıf düzeylerine göre değişiklik gösterip göstermediğini analiz edebilmek için Kruskal Wallis-H testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 9'da özetlenmiştir.

**Tablo 9.** Sınıf Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımları ile ilgili ifadeler	N	Sıra Ort.	Std.		
			S.	Ki-Kare	p
Günlük Yaşam	281		3	2.079	0.55
1	72	132.71			
2	84	148.15			
3	66	135.55			
4	59	147.03			
Uygunsuz	281		3	2.592	0.45
1	72	146.91			
2	84	142.83			
3	66	127.55			
4	59	146.22			
Önemsiz/sık	281		3	0.354	0.95
1	72	136.91			
2	84	140.35			
3	66	143.23			
4	59	144.43			
<b>Katılımcıların kendi Facebook paylaşımları ile ilgili ifadeler</b>					
Günlük Yaşam	281		3	0.572	0.90
1	72	144.56			
2	84	135.53			
3	66	142.89			
4	59	142.34			
Kutuplaştıracı	281		3	2.441	0.48
1	72	132.79			
2	84	144.31			
3	66	151.42			
4	59	134.65			

Tablo 9 incelendiğinde, bu analizin iki farklı açıdan yapıldığı görülmektedir. Bunlar; arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımları ve katılımcıların Facebook paylaşımları olarak ifade edilebilir. Analiz sonuçlarına göre; incelenen değişkenler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Diğer bir ifadeyle, sınıf düzeylerine göre, katılımcıların Facebook'ta arkadaşlıktan çıkarılma davranışları ile katılımcıların kendi Facebook paylaşımları birbirlerinden anlamlı bir biçimde farklılaşmamakta olduğu, dolayısıyla birbirleriyle benzer Facebook davranışlarına sahip oldukları söylenebilir ( $H_{1b}$  ve  $H_{2b}$ : Ret).

Katılımcıların Facebook üzerindeki arkadaşlıktan çıkarma davranışının ve kendi Facebook paylaşımlarının gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini analiz edebilmek için Kruskal Wallis-H testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 10’da özetlenmiştir.

**Tablo 10.** Gelir Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımları ile ilgili ifadeler	N	Sıra Ort.	Std.		
			S.	Ki-Kare	p
Günlük Yaşam	281		4	4.09	0.39
1700 altı	93	145.8			
1700-2499	95	131.1			
2500-3299	56	155.5			
3300 ve üstü	37	131.8			
Uygunsuz	281		4	3.76	0.43
1700 altı	93	141.4			
1700-2499	95	145.0			
2500-3299	56	148.3			
3300 ve üstü	37	118.2			
Önemsiz/sık	281		4	6.16	0.18
1700 altı	93	153.1			
1700-2499	95	131.0			
2500-3299	56	147.2			
3300 ve üstü	37	139.0			
<b>Katılımcıların kendi Facebook paylaşımları ile ilgili ifadeler</b>					
Günlük Yaşam	281		4	2.66	0.61
1700 altı	93	148.1			
1700-2499	95	133.3			
2500-3299	56	143.3			
3300 ve üstü	37	126.6			
Kutuplaştırıcı	281		4	1.99	0.73
1700 altı	93	143.4			
1700-2499	95	136.8			
2500-3299	56	151.2			
3300 ve üstü	37	130.1			

Katılımcıların gelir düzeyleri açısından arkadaşlıktan çıkardıkları kişinin Facebook paylaşımları ve katılımcının kendi Facebook paylaşımlarının gelir düzeyi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı bulunmuştur ( $H_{1c}$  ve  $H_{2c}$ : Ret).

### ***T-Testi Analizi***

Katılımcıların Facebook’taki arkadaşlıktan çıkarma davranışının ve katılımcının kendi Facebook paylaşımlarının cinsiyet açısından anlamlı farklılık gösterip göstermediğini analiz etmek amacıyla Bağımsız Grup T-Testi uygulanmıştır.

**Tablo 11.** Cinsiyete İlişkin T-Testi Sonuçları

<b>Arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımları ile ilgili ifadeler</b>	<b>N</b>	<b>Ort.</b>	<b>Std. S</b>	<b>t-değeri</b>	<b>p</b>
Günlük Yaşam					
Kadın	141	2.23	0.70		
Erkek	140	2.07	0.68	1.91	0.06
Uygunsuz					
Kadın	141	2.00	0.74		
Erkek	140	1.78	0.57	2.73	0.01
Önemsiz/sık					
Kadın	141	3.37	1.35		
Erkek	140	3.22	1.52	0.90	0.37
<b>Katılımcıların kendi Facebook paylaşımları ile ilgili ifadeler</b>					
Günlük Yaşam					
Kadın	141	2.02	0.59		
Erkek	140	2.17	0.72	-1.89	0.059
Kutuplaştırıcı					
Kadın	141	2.15	1.10		
Erkek	140	2.31	1.17	-1.15	0.253

Tablo 11'deki sonuçlar incelendiğinde, arkadaşlıktan çıkarılan kişilerin yalnızca uygunsuz paylaşım boyutu açısından kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Kadınların erkeklere göre uygunsuz içerik paylaşan kişileri arkadaşlıktan çıkarma eğiliminin daha yüksek olduğu söylenebilir. İncelenen diğer değişkenlerin p değeri 0.05'ten büyük olduğu için cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $H_{1a}$ : Ret ve  $H_{2a}$  (yalnızca uygunsuz içerik boyutu): Kabul)

## 5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Facebook kullanımına ilişkin sonuçlar genel olarak incelendiğinde; katılımcıların büyük çoğunluğunun 4 yıldan daha fazla süredir sosyal ağları aktif olarak kullandıkları görülmektedir. Kullanıcıların büyük çoğunluğu günde en az bir kez Facebook'u ziyaret etmesine rağmen paylaşım yapma konusunda oldukça isteksiz oldukları söylenebilir. Kullanıcıların büyük çoğunluğu Facebook'ta kardeşleri ile kolay arkadaşlık kurmasına rağmen, anne ve babaları ile arkadaş olan kullanıcılar azınlıkta kalmaktadır. Bunun yanısıra ebeveynleri ile arkadaş olmak, kullanıcının paylaşımlarını daha dikkatli yapmasına sebep olduğu görülmüştür. Dikkat çekici sonuçlardan bir diğeri ise, kullanıcıların üçte birinin aile üyelerinin bulunmadığı ikinci bir Facebook hesabına sahip olmasıdır. Bir katılımcının sahip olduğu ortalama arkadaş sayısı ise 420'dir. Kullanıcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde, paylaşım yapma sıklıkları konusunda düşündükleri ile yaptıkları paylaşım sıklığı arasında bir tutarlılık olduğu söylenebilir. Paylaşımların içerikleri konusunda katılımcıların neredeyse tamamı ırkçı ve cinsiyetçi paylaşım yapmama konusunda hemfikirlerdir.

Katılımcıların neredeyse yarısı tanımadığı kişilerden gelen istekleri kabul edeceğini belirtmiş, diğer yarısı ise isteği reddedeceğini söylemiştir. Ayrıca katılımcıların çoğu istek gönderen hesaba herhangi bir mesaj göndermeyeceklerini belirtmişlerdir. Tanımadığı kişiden gelen arkadaşlık isteğini kabul edilmesinde en çok etkili faktörler ise sırasıyla aynı üniversitede okuyor olmak, kişinin paylaşımları ve aynı yaş grubunda olmaktır. İsteğin kabul edilmesinde istek gönderen kişinin karşı cins olması, politik görüşü ve dini inancı ise en az etkiye sahip faktörlerdir. Arkadaşlık isteğini reddedeceğini belirten kullanıcılar ise genellikle bunun sebebi olarak bu kişiyi gerçek hayatta tanımıyor olmalarını ve hesaplara karşı güvensizlik hissettiklerini belirtmişlerdir. Kullanıcıların en çok arkadaşlıktan çıkarttığı kişiler ise sırasıyla internet arkadaşları, lise arkadaşları ve lisans arkadaşlarıdır. Kullanıcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı, çıkardığı kişi ile gerçek hayatta ne kadar süredir arkadaş olduğu ile yakından ilgili olduğu görülmektedir. Kısa süreli tanışıklığa dayanan arkadaşlıklarda arkadaşlıktan çıkarılma daha yoğun yaşanmaktadır. Nitekim tanışıklık süresi arttıkça, bu kişilerin arkadaşlıktan çıkarılma oranları azalmaktadır. Arkadaşlıktan çıkarma kararını etkileyen paylaşım türleri ise sırasıyla; ilgisiz, sık yapılan ve politik olan paylaşımlardır.



Facebook kullanım anketi için yapılan istatistiksel analiz sonuçlarına göre, katılımcıların sınıf düzeyleri ile tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteğini kabul etme davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur. Bir başka deyişle, katılımcıların sınıf düzeyleri değişse de arkadaşlık isteğini kabul etme konusunda birbirlerine benzer kararlar almaktadır. Gelir düzeylerine göre de katılımcıların arkadaşlık isteği kabul davranışında istatistiksel olarak bir farklılık bulunmamıştır. Gelir düzeyi yüksek de olsa düşük de olsa benzer arkadaşlık isteği kabul davranışı sergilenmektedir. Benzer şekilde, katılımcıların cinsiyetleri ile arkadaşlık kabul davranışı arasında önemli bir fark bulunmamıştır.

Araştırmanın bazı sınırlılıkları vardır. Gelecekte sosyal ağlardaki arkadaşlık ilişkileri üzerine yapılacak çalışmalarda, örneklem daha geniş yaş aralıklarını içine alacak şekilde genişletilebilir. Üniversite öğrencilerine uygulanan bu çalışma, ilkokul ve lise gibi farklı eğitim düzeylerinde uygulanabilir. Ayrıca farklı meslek gruplarına uygulanıp sonuçlar karşılaştırılabilir. Katılımcıların gerçek hayattaki duygusal ilişkileri hakkında veri elde edildikten sonra, katılımcının ilişki durumunun arkadaşlık isteğini kabul etmeyi veya arkadaşlıktan çıkarmayı etkileyip etkilemediği araştırılabilir.

## KAYNAKÇA

- ADAMS R. G. VE BLEISZNER, R. (1994). An Integrative Concept Framework for Friendship Research. *Journal of Social and Personal Relationships*, 11, 163-184
- ATASOY, İ. (2005). *Gençlik ve Arkadaşlık*, Nesil Yay. İstanbul
- BAGOZZI, R. P. ve Y. Yi (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of Academy of Marketing Science*, 16: 74-94.
- BAGWELL, C. L., BENDER, S. E., ANDREASSI, C. L., KINOSHITA, T. L., MONTARELLO, S. A. ve MULLER, J. G. (2005). Friendship Quality and Perceived Relationship Changes Predict Psychosocial Adjustment in Early Adulthood. *Journal of Social & Personal Relationships*, 22(2), 235-354. doi:10.1177/0265407505050945
- BAYM, N. K. (1998). The Emergence of On-line Community. In S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety 2.0* (pp. 35-68). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- BEVAN, J. L., ANG, P. C. ve FEARNES, J. B. (2014). Being Unfriended on Facebook: An Application of Expectancy Violation Theory. *Computers in Human Behavior*, 33, 171-178.
- BLOOR, C. (2010). What are Friends for? In D.E. Wittkower (Ed.), *Facebook and Philosophy* ( 147-159). Chicago, IL: Open Court Press.
- BOYD, D. M. ve ELLISON, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- BOYD, D. ve ELLISON, N. (2010). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *IEEE Engineering Management Review*, 3(38), 16-31.
- BRIGGLE, A. (2008). Real Friends: How the Internet can Foster Friendship. *Ethics and Information Technology*, 10(1), 71-79.
- CARTER, E. W., ASMUS, J. ve MOSS, C. K. (2013). Fostering Friendships: Supporting Relationships among Youth with and without Developmental Disabilities. *Prevention Researcher*, 20(2), 14-17. 10 Haziran 2017 tarihinde [http://www.tponline.org/article.cfm/Fostering\\_Friendships](http://www.tponline.org/article.cfm/Fostering_Friendships) sayfasından erişilmiştir.
- CHILD, J. T. ve WESTERMANN, D. A. (2013). Let's be Facebook Friends: Exploring Parental Facebook Friend Requests from a Communication Privacy Management (CPM) Perspective. *Journal of Family Communication*, 13(1), 46-59.
- CICHOCKI, D. A. (1997). *Maintaining Stable Friendships: An Investigation of Strategic and Routine Communication*. Universal-Publishers.
- CONDELLA, C. (2010). Why Can't We Be Virtual Friends? *Facebook and Philosophy: What's on Your Mind*, 111-121.

- CROSIER, B. S., WEBSTER, G. D. ve DILLON, H. M. (2012). Wired to Connect: Evolutionary Psychology and Social Networks. *Review of General Psychology*, 16(2), 230.
- DEMİR, B. (2002). *Hızlı Peygamber ve Çocuk Eğitimi*, İstanbul: İnsan Vakfı Yay.
- DIMICCO, J. M. ve MILLEN, D. R. (2007). Identity Management: Multiple Presentations of Self in Facebook. In *Proceedings of the 2007 International ACM Conference on Supporting Group Work* (pp. 383-386). ACM.
- FEHR, B. (1995). *Friendship Processes* (Vol. 12). SAGE Publications.: CA.
- FRODING, B. ve PETERSON, M. (2012). Why Virtual Friendship is No Genuine Friendship. *Ethics and Information Technology*, 14(3), 201-207.
- GOVANI, T. ve PASHLEY, H. (2005). Student Awareness of the Privacy Implications When Using Facebook. Unpublished Paper Presented at the “Privacy Poster Fair” at the Carnegie Mellon University School of Library and Information Science, 9, 1-17.
- GRUNEBAUM, J. O. (2003). *Friendship: Liberty, Equality and Utility*. Suny Press.
- HAMINGTON, M. (2010). Care Ethics, Friendship and Facebook. In D.E. Wittkower (Ed.), *Facebook and Philosophy* (pp. 135-147). Chicago, IL: Open Court Press.
- <http://www.classmates.com>. 16 Ağustos 2017 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.sixdegrees.com>. 16 Ağustos 2017 tarihinde erişilmiştir.
- [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59d4c8056009c3.86391126](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59d4c8056009c3.86391126) 29 Eylül 2017 tarihinde erişilmiştir.
- <https://myspace.com/pressroom> 30 Eylül 2017 tarihinde erişilmiştir.
- <https://newsroom.fb.com/company-info/> 10 Haziran 2017 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.brandwatch.com/blog/47-facebook-statistics-2016/> 12 Haziran 2017 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> 13 Mayıs 2019 tarihinde erişilmiştir.
- HU, Y., MANIKONDA, L. ve KAMBHAMPATİ, S. (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. In *Icwsn*.
- LAMPE, C., ELLISON, N. ve STEINFELD, C. (2007). A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network. *Chi Proceedings*, April-May, 435-444.
- LEWIS, J. ve WEST, A. (2009). ‘Friending’: London-Based Undergraduates’ Experience of Facebook. *New Media & Society*, 11(7), 1209-1229. doi:10.1177/1461444809342058
- MANAGO, A. M., GRAHAM, M. B., GREENFIELD, P. M. ve SALIMKHAN, G. (2008). Self-Presentation and Gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458.
- MCCARTHY, C. (2007). Facebook Users Pretty Willing to add Strangers as “friends”. *CNET News*. 12 Haziran 2017 tarihinde <https://www.cnet.com/news/facebook-users-pretty-willing-to-add-strangers-as-friends/> sayfasından erişilmiştir.
- MCKENNA, K. Y., GREEN, A. S. ve GLEASON, M. E. (2002). Relationship Formation on the Internet: What’s the Big attraction?. *Journal of Social Issues*, 58(1), 9-31.
- SANDELL, J. (1998). I’ll be There for You: Friends and the Fantasy of Alternative Families. *American Studies*, 39(2), 141-155.
- SHELDON, P. (2008). The Relationship between Unwillingness-to-Communicate and Students’ Facebook Use. *Journal of Media Psychology*, 20(2), 67-75.

- SHELDON, P. (2016). Facebook Friend Request: Applying the Theory of Reasoned Action to Student-Teacher Relationships on Facebook. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(2), 269-285.
- SIBONA, C. ve WALCZAK, S. (2011). Unfriending on Facebook: Friend Request and Online/Offline Behavior Analysis. In *System Sciences (HICSS), 2011 44th Hawaii International Conference on* (pp. 1-10). IEEE.
- TIGGEMANN, M. ve MCGILL, B. (2004). The Role of Social Comparison in the Effect of Magazine Advertisements on Women's Mood and Body Dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(1), 23-44.
- TOMA, C. L. ve HANCOCK, J. T. (2010). Looks and Lies: The Role of Physical Attractiveness in Online Dating Self-Presentation and Deception. *Communication Research*, 37(3), 335-351.
- TONG, S. T., VAN DER HEIDE, B., LANGWELL, L., WALTHER, J. B. (2008). Too Much of a Good Thing? The Relationship between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated-Communication*, 13, 531-548.
- VOSS, K., MARKIEWICZ, D. ve DOYLE, A. B. (1999). Friendship, Marriage and Self-Esteem. *Journal of Social and Personal Relationships*, 16(1), 103-122.
- WANG, S. S., MOON, S. I., KWON, K. H., EVANS, C. A. ve STEFANONE, M. A. (2010). Face Off: Implications of Visual Cues on Initiating Friendship on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 226-234
- YAVUZ, K. (1987). *Çocukta Dinî Duygu ve Düşüncenin Gelişmesi*, Ankara: DİB Yay.