



**T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI**

**SOSYAL AĞLARDA ARKADAŞLIK İLİŞKİSİNİN BELİRLEYİCİLERİ
ÜZERİNE BİR İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

CEMİL AKKAŞ

**DANIŞMAN
DOÇ. DR. HÜLYA BAKIRTAŞ**

AKSARAY, 2017



**T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI**

**SOSYAL AĞLARDA ARKADAŞLIK İLİŞKİSİNİN BELİRLEYİCİLERİ
ÜZERİNE BİR İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

CEMİL AKKAŞ

**DANIŞMAN
DOÇ.DR. HÜLYA BAKIRTAŞ**

AKSARAY, 2017

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren 24 (yirmidört) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Cemil

Soyadı : AKKAŞ

Bölümü : Yönetim Bilişim Sistemleri

İmza :

Teslim Tarihi :

TEZİN

Türkçe Adı: Sosyal ağlarda arkadaşlık ilişkisinin belirleyicileri üzerine bir inceleme

İngilizce Adı: A study on determinants of friendship relations in social networks

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Cemil AKKAŞ

İmza:.....

T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
JÜRİ ONAY SAYFASI

Cemil AKKAŞ tarafından hazırlanan “Sosyal ağlarda arkadaşlık ilişkisinin belirleyicileri üzerine bir inceleme” başlıklı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Aksaray Üniversitesi Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Hülya BAKIRTAŞ

Yönetim Bilişim Sistemleri, Aksaray Üniversitesi

Üye: Yrd. Doç. Dr. Vildan GÜLPINAR DEMİRCİ

İktisat, Aksaray Üniversitesi

Üye: Yrd. Doç. Dr. Cemalettin HATİPOĞLU

Yönetim Bilişim Sistemleri, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

İMZA

H. Bakirtaş

V. Gülpınar Demirci

C. Hatipoğlu

Tez Savunma Tarihi: 31/10/2017

Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu’nun 23.11.2017 tarih ve 2017/48-8 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Öğrenci:

Cemil AKKAŞ

İmza

Cemil Akkaş

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yrd. Doç. Dr. Sevilay USLU DİVANOĞLU

İmza

Sevilay Uslu Divanoğlu

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın her aşamasında kıymetli zamanını bana ayırarak bilgisini benden esirgemeyen danıőmanım Doç. Dr. Hlyya BAKIRTAŞ'a, değerli fikirleri ve eleőtirileriyle katkıları olan değerli tez izleme komitesi yeleri Yrd. Doç. Dr. Vildan GÜLPINAR DEMİRCİ ve Yrd. Doç. Dr. Cemalettin HATIPOğLU'na teşekkür ederim.

Çalışmanın gerçekleőtirilmesinde maddi destek sağlayan Aksaray Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatrlğine teşekkür ederim.

Her zaman desteklerini yanımda hissettiğim kıymetli aileme őükranlarımı sunarım.

2017

Cemil AKKAŞ

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYAL AĞLARDA ARKADAŞLIK İLİŞKİSİNİN BELİRLEYİCİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Yüksek Lisans Tezi

Aksaray, 2017

Cemil AKKAŞ

ÖZET

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. Özellikle gençler, yeni arkadaşlıklar kurmak, birbirleriyle daha fazla iletişime geçmek ve birbirleriyle paylaşımda bulunmak amacıyla sosyal ağları oldukça yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Bu özellikleri sebebiyle sosyal medyayı bir sosyalleşme unsuru olarak gören gençler, arkadaşlık ilişkilerini sosyal ağlarda başlatmakta, geliştirmekte ve çeşitli sebeplerle sonlandırmaktadır. Sosyal ağ sitelerinin başını çeken Facebook, araştırmanın uygulandığı sosyal ağ sitesi olarak belirlenmiştir. Çalışma Mart-Nisan 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın amacı, bireylerin genel Facebook kullanım alışkanlıklarının yanısıra sosyal ağlardaki arkadaşlıkların başlamasını ve sonlandırılmasını etkileyen faktörleri ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda hipotezlerin test edilmesi için web tabanlı anket ile deneysel araştırma yöntemi birlikte kullanılmıştır. Deneysel araştırma yöntemi için hayali Facebook hesapları oluşturulmuştur. Bu hesaplarda kullanılacak olan profil fotoğraflarının tespiti için güzellik testi anketi uygulanmıştır. Bu hayali hesapların cinsiyetleri, profil fotoğrafları, eğitim ve ilişki durumları birbirlerinden farklı olarak düzenlenmiştir. Bu şekilde bu dört boyutun arkadaşlık isteklerini kabul etme ve arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerindeki etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Ayrıca, katılımcıların demografik özelliklerine göre arkadaşlık isteğini kabul etme ve arkadaşlıktan çıkarma davranışındaki farklılıklar test edilmiştir. Katılımcılara hem doğal ortamında hem de laboratuvar ortamında hayali hesaplardan arkadaşlık istekleri gönderilmiş, sonuçlar izlenmiş ve analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, erkekler, Facebook'ta gönderi paylaşmaya kadınlardan daha çok isteklidir. Ayrıca, sosyal ağlarda ebeveynleriyle arkadaş olan kullanıcılar daha dikkatli paylaşım yaptıklarını belirtmiştir. Kullanıcıların neredeyse üçte birinin birden fazla Facebook hesabının olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Erkek kullanıcıların hiç tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerini kabul etme oranının kadın

kullanıcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, istek gönderen hesabın cinsiyeti, profil fotoğrafı, eğitim ve ilişki durumunun, katılımcıların arkadaşlık isteklerini kabul etme ve arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Katılımcıların arkadaşlık isteğini kabul davranışının doğal (saha) ile laboratuvar ortamı arasında farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bilim Kodu : 114608

Anahtar Kelimeler : sosyal ağlar, arkadaşlık, arkadaşlıktan çıkarma, facebook

Sayfa Adedi : 149

Danışman : Doç. Dr. Hülya BAKIRTAŞ

AKSARAY UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
A STUDY ON DETERMINANTS OF FRIENDSHIP RELATIONS IN
SOCIAL NETWORKS

M. S Thesis

Aksaray 2017

Cemil AKKAŞ

ABSTRACT

Nowadays, individuals spend more time in the virtual environment that expressed as social media, meet their different needs in here and see this virtual world as a part of their daily life. Especially, young people use social networks very intensely in order to establish new friendships, to communicate more with each other and to share with each other. As a result of these features, young people who see social media as an element of socialization initiate friendship relations in social networks, develop friendships and end up because of various reasons. Facebook is one of the most popular social networking sites among social networking sites. The study was conducted between March and April 2017. The aim of this study is to reveal the factors that affect to the initiation and termination of friendships in social networks as well as the general Facebook usage habits of individuals. In accordance with this aim, web-based questionnaire and experimental research method were applied. Fictitious Facebook accounts were created for the experimental research method. A beauty test questionnaire was applied to determine the profile photographs to be used in these accounts. The genders, profile photos, education and relationship situations of these fictitious accounts are organized differently from each other. In this way, these four dimensions have been measured the effect on the behavior of accepting friendship request and unfriending behaviour. In addition, differences in accepting friendship request and unfriending behavior according to the demographic characteristics of the participants were tested. Friendship requests were sent to participants both in the natural environment and in the laboratory environment through the fictitious Facebook accounts, and the results were monitored and analyzed. According to the results of the research, men are more eager to share posts than women. In addition to, users who are friends with their parents on social networks are more careful sharing to something. Almost a third of the users have more than one Facebook accounts. The ratio of male to accept friend requests from people they

did not know was found to be higher than women. However, it has been seen that gender, profile photograph, education and relationship status of the account that sent request has no effect on accepting participants' friendship requests and unfriending. The study was founded that accepting behaviour the friendship request of participants could be differentiated in terms of natural (field) and laboratory environments.

Science Code : 114608

Key Words : social network, friendship, unfriending, facebook

Page Number : 149

Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Hülya BAKIRTAŞ

İÇİNDEKİLER

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU	I
ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI.....	II
JÜRİ ONAY SAYFASI.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
TEŞEKKÜR.....	IV
ÖZET	V
ABSTRACT.....	VII
İÇİNDEKİLER	IX
TABLolar LİSTESİ.....	XIII
ŞEKİLLER LİSTESİ	XV
SİMGE VE KISALTMALAR LİSTESİ.....	XVI
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM	5
KAVRAM, TEORİ ve UYGULAMALI LİTERATÜR.....	5
1.1. Sosyal Ağlar	5
1.1.1. Sosyal Ağların Gelişimi	6
1.1.2. Sosyal Ağ Teorisi.....	8
1.1.3. Sosyal Ağ Siteleri.....	9
1.1.4. Bir Sosyal Ağ Olarak Facebook.....	9
1.2. Arkadaşlık Kavramı ve Arkadaşlık İlişisini Sürdürme	12
1.2.1. Arkadaşlığın Tanımı	12
1.2.2. Arkadaşlığın İnsan Hayatındaki Yeri ve Önemi	13
1.2.3. Arkadaşlığın Gelişim Aşamaları	15
1.2.4. Arkadaşlık İlişisini Sürdürme Stratejileri	16
1.2.4.1. Prososyal İlişki Sürdürme Stratejileri	17
1.2.4.2. Antisosyal İlişki Sürdürme Stratejileri.....	17
1.2.5. Arkadaşlık Türleri	18
1.2.5.1. Çevrimiçi Arkadaşlıklar.....	19

1.2.5.2. Çevrimdışı Arkadaşlıklar	20
1.2.5.3. Çevrimiçi ve Çevrimdışı Arkadaşlıkların Farklılıkları	21
1.3. Sosyal Ağlarda Arkadaşlık.....	23
1.3.1. Arkadaşlığın Postmodern Evrimi.....	24
1.3.2. Sosyal Ağlarda Arkadaşlık İlişkisi Kurma Stratejileri.....	25
1.3.2.1. Sosyal Ağlardaki Prososyal Stratejiler.....	25
1.3.2.2. Sosyal Ağlardaki Antisosyal Stratejiler	26
1.3.3. Facebook ve Arkadaşlık İlişkisi Çalışmalarının Genel Görünümü	27
2. BÖLÜM	37
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	37
2.1. Araştırmanın Amacı	37
2.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli	37
2.2.1. Araştırmanın Hipotezleri.....	38
2.2.1.1. Facebook Kullanım Anketi için Hipotezler	38
2.2.1.2. Saha Uygulamasına İlişkin Hipotezler.....	38
2.2.1.3. Laboratuvar Uygulamasına İlişkin Hipotezler	39
2.3. Veri Toplama Aracı.....	43
2.3.1. Anket Yöntemi.....	43
2.3.1.1. Facebook Kullanım Anketi	44
2.3.1.2. Güzellik Testi.....	44
2.3.2. Deneysel Araştırma Yöntemi.....	45
2.3.2.1. Saha Uygulaması	48
2.3.2.2. Laboratuvar Uygulaması.....	49
2.4. Araştırma Evreni ve Örneklemi	50
2.4.1. Anket Yöntemi.....	50
2.4.2. Deneysel Araştırma Yöntemi.....	51
2.5. Veri Toplama Süreci	51
2.5.1. Anket Yöntemi.....	53
2.5.1.1. Facebook Kullanım Anketi	53
2.5.1.2. Güzellik Testi.....	54
2.5.2. Deneysel Araştırma Yöntemi.....	54
2.5.2.1. Saha Uygulaması	54
2.5.2.2. Laboratuvar Uygulaması.....	55
3. BÖLÜM	58
ANALİZ, BULGULAR VE DEĞERLENDİRME.....	58

3.1. Facebook Kullanımı Anketi Sonuçları.....	58
3.1.1. Tanımlayıcı İstatistikler	58
3.1.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	58
3.1.1.2. Katılımcıların Facebook Kullanımları	59
3.1.1.3. Katılımcıların Facebook Kullanımına İlişkin Değerlendirmeler	61
3.1.1.4. Katılımcıların Facebook Paylaşımına İlişkin Değerlendirmeler.....	63
3.1.1.5. Katılımcıların Arkadaşlık İsteğine Yönelik Davranışı	63
3.1.1.6. Facebook'ta Arkadaşlıktan Çıkarma Davranışı	65
3.1.1.7. Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Facebook Paylaşımına İlişkin Değerlendirmeler	66
3.1.1.8. Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Arkadaşlık İsteğine İlişkin Değerlendirmeleri	67
3.1.2. Katılımcıların Facebook Paylaşimleri ve Arkadaşlıktan Çıkarma Davranışı için Yapılan Analizler	69
3.1.2.1. Kruskal Wallis-H Testi	70
3.1.2.1.1. Sınıf Düzeyine İlişkin için Kruskal Wallis-H Testi.....	70
3.1.2.1.2. Gelir Düzeyine İlişkin için Kruskal Wallis-H Testi	71
3.1.2.2. Katılımcının Cinsiyeti için Yapılan T-Testi Analizi.....	71
3.2. Deneysel Araştırma Yöntemi Analiz Sonuçları.....	72
3.2.1. Saha Uygulaması Sonuçları	73
3.2.1.1. Tanımlayıcı İstatistikler	73
3.2.1.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	73
3.2.1.1.2. Saha Uygulamasına İlişkin Genel Sonuçlar.....	74
3.2.1.2. Saha Uygulamasına İlişkin Yapılan Analizler	76
3.2.1.2.1. Saha Uygulamasına İlişkin Lojistik Regresyon Analizi	76
3.2.1.2.2. Saha Uygulamasına İlişkin Bağımsız Grup T-Testi Sonuçları.....	78
3.2.1.2.2.1. Saha Uygulamasına İlişkin Tek Yönlü Anova Testi	79
3.2.1.2.2.1. Katılımcının Demografik Özellikleri için Tek Yönlü Anova Testi..	79
3.2.1.2.2.2. İstek Gönderen Hesabın Nitelikleri için Tek Yönlü Anova Testi	80
3.2.1.2.2.3. Saha Uygulamasına İlişkin Ki-Kare Testi	80
3.2.2. Laboratuvar Uygulaması Sonuçları	81
3.2.2.1. Tanımlayıcı İstatistikler	81
3.2.2.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	82
3.2.2.1.2. Katılımcıların Arkadaşlık İsteğine İlişkin Genel Düşünceleri.....	82
3.2.2.1.3. Laboratuvar Uygulamasına İlişkin Genel Sonuçlar	83
3.2.2.2. Laboratuvar Uygulamasına İlişkin Yapılan Analizler	85

3.2.2.2.1. Tüm Katılımcılar için Yapılan Analizler	85
3.2.2.2.1.1. Tüm Katılımcılara İlişkin Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları.....	85
3.2.2.2.1.2. Tüm Katılımcılara İlişkin T-Testi Sonuçları	88
3.2.2.2.1.3. Tüm Katılımcılara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları	88
3.2.2.2.1.4. Tüm Katılımcılara İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları	89
3.2.2.2.1.5. Tüm Katılımcılara İlişkin Mann-Withney U Testi Sonuçları.....	90
3.2.2.2.1.6. Tüm Katılımcılara İlişkin Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	90
3.2.2.2.2. Kabul Etmesi İstenilenler İçin Yapılan Analizler.....	91
3.2.2.2.2.1. Kabul Etmesi İstenilenler İçin Tek Yön Anova Sonuçları	91
3.2.2.2.2.2. Kabul Etmesi İstenilenler İçin T-Testi Sonuçları	92
3.2.2.2.3. Kabulde Serbest Bırakılan ve Kabul Etmesi İstenen Kullanıcılar için Ki- Kare Testi	93
3.2.3. Saha ve Laboratuvar Uygulamalarının Karşılaştırması	93
3.2.3.1. Saha ve Laboratuvar Ortamını Karşılaştırmak için Yapılan Ki-Kare Testi....	95
3.2.4. Hipotez Sonuçları.....	96
SONUÇ ve ÖNERİLER	100
KAYNAKÇA.....	105
EKLER.....	119
ÖZGEÇMİŞ	149

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Sosyal Ağ Siteleri	9
Tablo 2. Facebook'ta Arkadaşlık İlişkileri ile ilgili Yapılan Çalışmalar	29
Tablo 3. Facebook Kullanım Anketi.....	44
Tablo 4. Hayali Facebook Hesapların İsimleri ve Özellikleri	48
Tablo 5. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler.....	59
Tablo 6. Facebook Kullanım Alışkanlıkları.....	61
Tablo 7. Katılımcıların Facebook Kullanımının Değerlendirilmesi	62
Tablo 8. Katılımcıların Kendi Facebook Paylaşımların Değerlendirilmesi.....	63
Tablo 9. Facebook'ta Tanınmayan Kişilerden Gelen İsteklere İlişkin Davranış.....	64
Tablo 10. Facebook'ta Arkadaşlıktan Çıkarma Davranışı.....	66
Tablo 11. Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Facebook Paylaşımlarının Değerlendirilmesi..	67
Tablo 12. Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Arkadaşlık İsteğini Katılımcının Kendisi Göndermesi Durumundaki Değerlendirmeler.....	68
Tablo 13. Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Arkadaşlık İsteği Göndermesi Durumunda Değerlendirmeler	68
Tablo 14. Arkadaşlıktan Çıkarma Ölçeği için Güvenilirlik Analiz Sonuçları.....	69
Tablo 15. Sınıf Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları	70
Tablo 16. Gelir Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları	71
Tablo 17. Cinsiyete İlişkin T-Testi Sonuçları.....	72
Tablo 18. Güzellik Anketi Sonuçları	73
Tablo 19. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler.....	74
Tablo 20. Saha Uygulaması Genel Sonuçlar.	74
Tablo 21. İstek Gönderilen Hesabın Niteliği Açısından Saha Uygulaması Sonuçları	75
Tablo 22. Saha Ortamında İstek Gönderen Kişinin Özellikleri Temelinde Yapılan Lojistik Regresyon Sonuçları Tablosu	76
Tablo 23. Saha Ortamında Arkadaşlık İsteği Alan Kişilerin Özellikleri Temelinde Yapılan Lojistik Regresyon Sonuçları.....	77
Tablo 24. İstek Gönderen Hesabın Nitelikleri Bağımsız Grup T-Testi Sonuçları.....	79

Tablo 25. Katılımcıların Demografik Özellikleri için Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları ..	80
Tablo 26. Profil Fotoğrafi için Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	80
Tablo 27. Katılımcının Cinsiyeti için Ki-Kare Testi Sonuçları	81
Tablo 28. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler.....	82
Tablo 29. Katılımcıların Kendilerine İstek Gönderilen Hesaplar Hakkındaki Düşünceler.	82
Tablo 30. Katılımcıların Cinsiyeti Açısından Laboratuvar Uygulama Sonuçları.....	83
Tablo 31. İsteği Kabul Etmesi İstenilen ve Serbest Karar Veren Katılımcılar için Laboratuvar Uygulaması Analiz Sonuçları.....	84
Tablo 32. İstek Gönderilen Hesabın Nitelikleri Açısından Laboratuvar Uygulaması Sonuçları	85
Tablo 33. İstek Gönderen Hesabın Nitelikleri için Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları...	86
Tablo 34. Katılımcıların Demografik Özellikleri için Lojistik Regresyon Sonuçları Tablosu	87
Tablo 35. İstek Gönderen Hesabın Cinsiyet ve İlişki Durumu için T-Testi	88
Tablo 36. Tüm Katılımcılara Yönelik Yapılan Ki-Kare Testi Sonuçları.....	89
Tablo 37. İstek Gönderen Hesabın Eğitim Durumu için Ki-Kare Testi Sonuçları	89
Tablo 38. İstek Gönderilen Hesabın Profil Fotoğrafi için Tek Yönlü Anova Analizi Sonuçları	90
Tablo 39. Tüm Katılımcılara İlişkin Mann-Withney U Testi Sonuçları.....	90
Tablo 40. Tüm Katılımcılara İlişkin Kruskal Wallis-H Testi	91
Tablo 41. Arkadaşıktan Çıkarma Davranışı için Profil Fotoğrafi Sonuçları	91
Tablo 42. Arkadaşıktan Çıkarma Davranışı ve Katılımcının Sınıf ve Gelir Düzeyi için Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	92
Tablo 43. Arkadaşıktan Çıkarma Davranışı İçin Hesabın Nitelikleri T-Testi Sonuçları....	92
Tablo 44. Arkadaşıktan Çıkarma Davranışı için Katılımcının Cinsiyeti T-testi Sonuçları	93
Tablo 45. İsteği Kabul Etmesi İstenilen ve Serbest bırakılanlar Arasındaki Farklılıkların Tespiti için Yapılan Ki Kare Testi Sonuçları.....	93
Tablo 46. İstek Gönderen Hesabın Nitelikleri Açısından Saha Ve Laboratuvar Uygulaması Kabul Sonuçları	94
Tablo 47. Saha ve Laboratuvar Uygulaması Sonuçlarının Arkadaşlık Kabulü Açısından Karşılaştırılması için Ki-Kare Testi Sonuçları.....	95
Tablo 48. Facebook Kullanım Anketine İlişkin Hipotezler Tablosu.....	96
Tablo 49. Saha Uygulamasına İlişkin Hipotezler Tablosu	97
Tablo 50. Laboratuvar Uygulamasına İlişkin Hipotezler Tablosu.....	98

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Sosyal ağ analizi örnek gösterimi (Kaynak: jonworth.eu.).....	8
Şekil 2. İstek gönderen hesabın nitelikleri açısından arkadaşlık isteğinin kabul veya reddini ve arkadaşlıktan çıkarma davranışını etkileyen faktörler modeli	42
Şekil 3. Katılımcının demografik özellikleri açısından arkadaşlık isteğinin kabul veya reddini ve arkadaşlıktan çıkarma davranışını etkileyen faktörler modeli	43
Şekil 4. Hayali hesapların özellikleri	47
Şekil 5. Araştırmadaki uygulamaların örneklem grupları ve zamansal akışı	52
Şekil 6. Araştırmanın veri toplama süreci.....	53
Şekil 7. Saha uygulamasının aşamaları.....	55
Şekil 8. Laboratuvar uygulamasının aşamaları	57

SİMGE VE KISALTMALAR LİSTESİ

ASÜ: Aksaray Üniversitesi

CMC: Computer Mediated Communication

LAB: Laboratuvar

MLY: Maliye Bölümü

SBKY: Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

TDK: Türk Dil Kurumu

YBS: Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü

GİRİŞ

Günümüzde sosyal ağlar, hayatın vazgeçilmez parçalarından biri halini almıştır. İnsanlar gerçek hayatlarında ne ile meşgul oluyor, neleri beğeniyor, nelerden hoşlanıyor ya da neleri konuşmaktan zevk alıyorsa sosyal ağlarda da aynı şekilde var olmaya, fikir beyan etmeye, zaman geçirmeye, sosyal ağlar geliştirmeye ve arkadaşlıklar kurmaya çalışmaktadır. 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 sürdürebilmektedir. 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.

Sosyal ağlarda arkadaş edinmek; fiziksel bir ortama ve aracı sosyal bir bağa ihtiyaç duymadığından geleneksel arkadaşlıklara nazaran daha zahmetsiz ve hızlı bir biçimde gerçekleşmektedir. Fiziksel olarak bir arada bulunamayacağı kadar insan ile aynı anda internet ortamında bir araya gelen kullanıcılar, arkadaş olma kararı alırken bazen daha seçici olurken bazen de daha rahat davranabilmektedir. Genellikle bu durumun sebepleri arasında; sosyal ağlardaki arkadaşlığın yalnızca “sanal” görülmesi ve buna bağlı olarak değer verilmemesi, arkadaş sayısının popülerite kazanma olarak algılanması ya da sosyal network kurma isteğinin etkili olduğu söylenebilir.

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 (Statistica, 2017). Türkiye’de de en çok kullanılan sosyal ağ sitesi olan Facebook, özellikle üniversite öğrencileri arasında oldukça popülerdir. Bu sebeplerden dolayı çalışmada sosyal ağlardaki arkadaşlık ilişkilerini araştırmak için bir sosyal ağ olan Facebook tercih edilmiştir.

Sosyal ağlarda kurulan ilişkilerin bireylerin hayatlarına olan etkisinin ve bu ilişkilere verilen değerin artmasıyla birlikte sosyal ağlarda kurulan ilişkiler daha önemli hale gelmiştir. Sosyal ağlarda harcanan zamanın artmasıyla insanlar, kimlerle arkadaş olduklarını daha da önemsemektedir. 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 bu arkadaşlıkların belirleyicilerinin neler olduğu konusu oldukça önem kazanmaktadır. Ayrıca ilgili yazın incelendiğinde, sosyal ağlardaki arkadaşlık ilişkisinin belirleyicileri üzerinde yapılan çalışmalarda üniversite öğrencileri, genel Facebook kullanıcıları, öğretmen ve öğrenciler ve işçi ile çalışanlar örneklem olarak seçilmiştir. Araştırma yöntemi olarak ise anket veya deneysel tasarım yönteminden yalnızca bir tanesi uygulanmıştır (Wang, Moon, Kwon, Evans ve Stefanone, 2010; Bevan, Ang ve Fearn, 2014; Sibona ve Walczak, 2011; Hattingh, Buitendag ve Thompson, 2014; Limperos, Tamul, Woolley, Spinda ve Sundar, 2014; Sheldon, 2015; Sarapin ve Morris, 2015; Sheldon, 2016; Gashi ve Knautz, 2016). Bu çalışma da ise deneysel tasarım yöntemi ve anket yöntemi birlikte uygulanmıştır. Bunun yanısıra, deneysel tasarım yöntemi içerisinde hem saha hem de laboratuvar uygulamasının birlikte uygulandığı ilk çalışma olma özelliğini taşımaktadır. Ayrıca kullanılacak profil fotoğraflarının seçimi için uygulanan güzellik testi ise daha önce benzer bir çalışmada uygulanmamıştır.

Bu araştırmanın temel amacı, sosyal ağlar üzerinde kurulan arkadaşlıkların başlangıcı ve sonlanmasını etkileyen faktörleri ortaya koymaktır. Araştırmanın evreni Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Evrenin tümüne ulaşılması mümkün olmadığı için örnekleme yoluna gidilmiştir. Araştırmada iki

web tabanlı anket ve iki deneysel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Web tabanlı anketlerden ilki, genel Facebook kullanım alışkanlıkları ve arkadaşlık ilişkilerini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci web tabanlı anket ise, on kadının ve on erkeğin üçer fotoğrafının güzellik/yakışıklılık puanlandırılmasına dayanmaktadır. Bu güzellik testi uygulamasından elde edilen sonuçlar, daha sonra deneysel araştırma yönteminde kullanılmıştır. Bu hesapların profil fotoğrafları, 3 farklı biçimde düzenlenmiştir. 8 hesaba en yüksek puanı alan fotoğraflar yüklenirken, 8 hesaba en düşük puan alan fotoğraflar yüklenmiştir. Diğer 8 hesabın profil fotoğrafı ise boş olarak bırakılmıştır. Deneysel araştırma yönteminde, 24 farklı hayali Facebook hesabı oluşturulmuştur. Ayrıca bu hesapların yarısının cinsiyeti erkek, diğer yarısının kadındır. Yarısının eğitim bilgileri *Aksaray Üniversitesi'nde okuyor* şeklinde iken, diğer yarısı boş bırakılmıştır. Benzer şekilde yarısının ilişki durumu *İlişkisi var* şeklinde düzenlenmiş, diğer yarısının ilişki durumu ise boş bırakılmıştır.

Deneysel araştırma yönteminin ilk aşaması olan saha uygulamasında, katılımcılara günlük olağan yaşantılarında iken oluşturulan hayali hesaplar üzerinden arkadaşlık istekleri gönderilmiş ve cevaplar yedi gün boyunca izlenerek raporlanmıştır. Deneysel araştırma yönteminin ikinci kısmı olan Laboratuvar uygulamasında ise aynı katılımcılara bu kez derslik ortamında gerekli bilgilendirmeler yapıldıktan sonra daha önce arkadaşlık isteği gönderilmiş olan hesabın dışında farklı bir hesaptan arkadaşlık isteği gönderilmiştir. Ayrıca laboratuvar uygulamasında katılımcıların yarısına, kendilerine gelen arkadaşlık isteğini kabul etmeleri söylenirken, diğer yarısı kabul konusunda serbest bırakılmıştır. Daha sonra ise bu kişilere arkadaş kalma konusunda serbest oldukları söylenmiştir. Bu sayede katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışları açısından herhangi bir farklılık oluşup oluşmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

Sosyal ağlarda arkadaşlık ilişkilerinin belirleyicilerini ortaya koymak amacıyla bu çalışmada hem anket yöntemi hem de deneysel araştırma yöntemi birlikte uygulanmıştır. Ayrıca deneysel araştırma yöntemi hem kullanıcıların hayatlarının doğal akışı esnasında ön bilgilendirme yapılmadan uygulanmış hem de laboratuvar uygulaması sırasında derslikte gerekli bilgilendirmeler yapıldıktan sonra uygulanmıştır. Bu sayede kullanıcıların arkadaş olma davranışının kendi başlarına oldukları zaman ile toplum içerisinde oldukları zaman arasında farklılaşp farklılaşmadığı test edilmiştir.

Çalışma, üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde kavram, teori ve uygulamalı literatür yer alırken, ikinci bölümde araştırma modeli, hipotez, veri toplama aracı, evren ve örneklem

ile veri toplama sürecinden oluşan araştırmanın yöntemi yer almaktadır. Son bölümde ise araştırmada yapılan analizler, elde edilen bulgular ve değerlendirme sonuçları yer almaktadır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda; katılımcıların kendi doğal ortamlarındayken arkadaşlık isteğini kabul ya da reddetme durumunun laboratuvar ortamına göre farklılaştığı, bununla birlikte sadece katılımcının cinsiyetinin arkadaşlık isteğini kabul ya da reddetme ihtimalini etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır.

1. BÖLÜM

KAVRAM, TEORİ ve UYGULAMALI LİTERATÜR

1.1. Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar, bireylerin arkadaşlarıyla bir araya gelip sosyalleşebildikleri sanal ortamlardır. Kavram, kullanıcıların kimi zaman herkese açık kimi zaman ise gizli olarak profillerini oluşturabildikleri, bir bağlantıyı paylaşabildikleri, diğer kullanıcıları arkadaş listelerinde tutabildikleri, listelerindeki kullanıcıların profillerini görüntüleyebildikleri ve listelerindeki kişiler tarafından üretilen bağlantılar arasında gezinebildikleri web tabanlı servisler olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Ellison, 2010). Bu web tabanlı servisler, kullanıcıların eğitim bilgileri, kendisine ve başkalarına ait fotoğrafları, yaşı ve cinsiyetinin yanı sıra ilgi alanları, hobileri, favori aktiviteleri, sevdiği kitapları ve dinlediği müzikleri paylaşmasına olanak tanımakta ve yalnızca kullanıcıya ait olmaktadır. Birçok sosyal ağ sitesi, kullanıcıların kişisel bilgilerini doğru ve tam bir şekilde yüklemeleri için kullanıcılarına sitelerini kişiselleştirebilme izni vermekte ve farklı stratejiler izleyerek kullanıcılarını siteyi kullanmaları için teşvik etmektedir.

Sosyal ağlar, modern hayatın vazgeçilmez parçalarından biri olmaya başlamıştır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). We are Social (2016) kapsamlı dijital raporda, dünyanın pek çok ülkesiyle birlikte, Türkiye'deki dijital ekosisteme de ışık tutulmuştur. Bu rapora göre; Türkiye'deki sosyal medya kullanıcı sayısı 42 milyon olup, aktif mobil sosyal medya kullanıcı sayısı ise 36 milyondur. Ayrıca Türkiye'deki aktif sosyal medya kullanıcı sayısı bir önceki yıla göre %5 artış göstermiştir. Bununla birlikte mobil cihazlar üzerinden sosyal medya kullanıcılarının sayısı bir önceki yıla göre %13'lük bir artış göstermiştir. Bu raporun önemli bir bulgusu da Türkiye'deki kullanıcıların en çok kullandığı sosyal platformun Facebook olmasına ilişkindir (<https://www.bkmexpress.com.tr>).

Bir telefon rehberinden çok daha farklı olarak sosyal ağ siteleri, kullanıcılarına diğer kullanıcılar ile kurulan etkileşimin tipini ve boyutunu belirleyebilme imkânı sunmaktadır. Sosyal ağ siteleri veri tabanlarındaki bilgileri, çoğu zaman araştırmacıların erişimine açmaktadır. Bu durumu kullanıcılar bilmesine rağmen, bilinçli bir şekilde kimlik bilgileri de dahil her türlü bilgiyi ilk kayıt ya da sonraki kullanımlar esnasında siteye işlemektedir (Boyd ve Ellison, 2010).

Son yıllarda sosyal ağlar üzerine araştırmaların gittikçe arttığı görülmektedir (Lewis ve West, 2009). Sosyal ağ sitelerine dair yapılan araştırmalarda çeşitli konular incelenmektedir. Bu konular; sosyal ağ kullanımında coğrafi konumlar (Roberts ve Foehr, 2008), konum bilgileri ile bloglar (Schmitt, Dayanim ve Mathias, 2008), konum ile çevrimiçi oyunlar (Willoughby, 2008) ve genel internet kullanımı ile birlikte sosyal ağ kullanımına dair konulardır (van den Eijnden, Meerkerk, Vermulst, Spijkerman ve Engels, 2008). Bununla birlikte sosyal ağların avantajlarını ortaya çıkarmaya yönelik çeşitli çalışmalar da yapılmıştır. Örneğin; Twitter'ın mobilizasyon avantajı (Dabner, 2012), Facebook, Twitter ve YouTube'un haber kaynağı olması (Weeks ve Holbert, 2013), YouTube'un içerisinde eğitim videoları bulunması nedeniyle eğitim avantajının (Everheart, 2009) bulunmasıdır.

Her bir sosyal ağ sitesinin farklı avantajları bulunmakla birlikte insanların sosyal ağlarda birbirleriyle iletişim kurması ve arkadaşlıklarını geliştirebilmesi konusunda Facebook önemli bir rol oynamaktadır (Dabner, 2012).

1.1.1. Sosyal Ağların Gelişimi

İnsanların genetik kodlarının bir sonucu olarak sahip oldukları iletişim kurma ihtiyaçları, sosyal ağların gelişmesi ile daha kolay bir şekilde giderilmektedir. (Crosier, Webster ve Dillon, 2012). Sosyal ağ siteleri insanların birbirleriyle olan bağlantılarını geliştirmiş ve eskisine nazaran birbirleriyle sosyal bağ kurabilmelerini çok daha kolaylaştırmıştır (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 veriyordu. (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 başarabilmiştir (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).

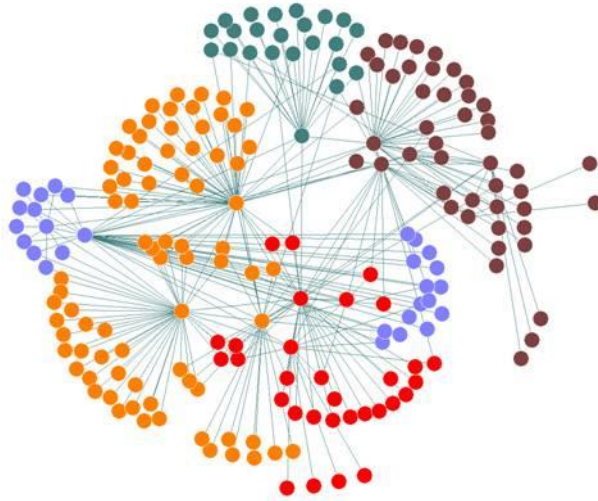
Twitter, 2006 yılında kurulmuştur. Kullanıcıların birbirlerine karakter sayısı sınırlı mesajlar gönderebildiği microblog sitelerinin başını çekmektedir (Hu, Manikonda ve Kambhampati, 2014).

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).

1.1.2. Sosyal Ağ Teorisi

Sosyal ağ çalışmaları, ilk olarak Emile Durkheim ve Ferdinand Tonnies'in ilkel yöntemlerle yaptıkları analizlerle yaklaşık yüz yıl önce başlamıştır. İlk akademik araştırma sonuçları 1908'lerde Georg Simmel tarafından alınmıştır. 1930'lu yıllara gelindiğinde, sosyal ağ teorisi, psikoloji, sosyoloji ve felsefe gibi bilim dalları tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaya başlamıştır (Keenan ve Shiri, 2009).

Sosyal ağ teorisi, insanlar, bilgisayarlar, gruplar, URL'ler, organizasyonlar ve diğer birbirine bir şekilde bağlı olan varlıklar arasındaki ilişkileri ve akışları ortaya çıkarır, ölçümler ve analiz eder (Marin ve Wellman, 2011). Aynı zamanda "sosyal ağ analizi" olarak da adlandırılmaktadır. Genel olarak Sosyal Ağ Teorisi, sosyal ağın her bir kullanıcıyı etkileme düzeyini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır (Keenan ve Shiri, 2009). Scott (1991)'e göre sosyal ağ teorisi, ağ içerisindeki kullanıcılar ya da aktörlerin birbirleriyle olan ilişkileri üzerinde durmaktadır. Ona göre bir ağdaki yapıyı anlamak, o ağdaki kullanıcıları ya da aktörleri anlamaktan çok daha önemlidir.



Şekil 1. Sosyal ağ analizi örnek gösterimi (Kaynak: jonworth.eu.)

Sosyal ağ teorisi, sosyal ağ, psikoloji, sosyoloji gibi birçok alanda gelişmelere öncülük etmiş, bu alanların ilerlemesinde faydalı tekniklerin gelişmesini sağlamıştır (Finin, Ding, Zhou ve Joshi, 2005). Aynı zamanda bu teori, ağlar üzerindeki ilişki mimarisini ve davranış kalıplarını ifade etmektedir (Schultz-Jones, 2009).

Sosyal Ağ teorisinin sahip olduğu varsayımlar; bireyler arasındaki sosyal ilişkilerin, bireyler arası bilgi köprülerinin ve bilginin yayılmasını sağlamaktır. Sosyal ağ teorisindeki baş aktörler ise; bireyler, gruplar ve organizasyonlardır (işbirliği halindeki diğer şeyler). Sosyal ağ teorisinin bağımlılıkları ise; diğerleri ile iletişimde olmak ve birliktelik kurmaya

olan mecburiyettir (örneğin bir aktivite, kaynak kullanımı ve ya hedefler için birliktelik). Sahip olduğu mekanizmalar; iletişim mekanizması ve karşılıklı deneyim alışverişidir (Dunn, 1983).

1.1.3. Sosyal Ağ Siteleri

İlk sosyal ağların ortaya çıkışından sonra, zaman içerisinde hem mevcut olanlar daha fazla gelişmiş, hem de yeni sosyal ağlar kurulmuştur. Bu ağlar Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Sosyal Ağ Siteleri

<i>Sosyal Ağ</i>	<i>Kuruluş Yılı</i>	<i>Hizmeti ve amacı</i>	<i>Kullanıcı sayısı (Milyar)</i>
Facebook	2004 (Şengül, 2017)	Sosyal ağ	2.04 (statisca.com)
Twitter	2006 (Şengül, 2017)	Sosyal ağ	0.33 (statisca.com)
YouTube	2005 (Şengül, 2017)	Video	1.5 (statisca.com)
Google+	2011 (britannica.com)	Sosyal ağ	0.11 (dreamgrow.com)
Instagram	2010 (Şengül, 2017)	Görsel paylaşım	0.7 (statisca.com)
LinkedIn	2002 (Şengül, 2017)	Profesyonel iş ağı	0.1 (statisca.com)
Snapchat	2011 (Şengül, 2017)	Görsel paylaşım	0.25 (statisca.com)
WhatsApp	2009 (Şengül, 2017)	Anlık Mesajlaşma	1.2 (statisca.com)
Skype	2003 (Şengül, 2017)	Görüntülü sohbet	0.3 (statisca.com)
Pinterest	2010 (pinterest.com)	Görsel paylaşım	0.17 (statisca.com)

Küresel olarak bakıldığında en fazla kullanıcı sayısına sahip sosyal ağ sitesi 2 Milyarı aşkın kullanıcısıyla Facebook’tur. İçerisinde birden çok hizmet barındırır da genel olarak kullanıcıların farklı şekillerde iletişim kurabildikleri bir sosyal ağdır. Bir video paylaşım sitesi olan YouTube, kullanıcılarının videolar paylaşmasını, göndermesini ve kanallar kurmasını sağlamaktadır. Youtube’un kullanıcı sayısı ise 1.5 milyardır. Anlık mesajlaşma uygulaması olan WhatsApp ise 1.2 milyar kullanıcıya sahiptir.

1.1.4. Bir Sosyal Ağ Olarak Facebook

Facebook fonksiyonel olarak, kullanıcıların birbirlerine mesaj gönderebildikleri, arkadaşlarını arayabildikleri, ilişkilerini sürdürebildikleri 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). 2006 yılında Facebook, 13 yaşında olan ve geçerli bir mail adresine sahip her kullanıcıya açık hale gelirken, 2010 yılında Google’dan sonra dünya çapında en çok ziyaret edilen ikinci web sitesi ünvanını almıştır (Tedesco, 2010). Küresel anlamda Facebook, arkadaşların, aile bireylerinin ve birbirlerini tanımayan insanların birbirleriyle iletişim kurabilmelerini sağlayan bir araçtır.

Şirketin CEO'su Mark Zuckerberg Facebook'un vizyonunu, gerçek hayatta var olan tüm ilişkilerin çevrimiçi hali olarak tanımlamıştır (Hempel ve Kowitt 2009).

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). 2017 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 milyarı bulmaktadır (newsroom.fb.com). Kullanıcıların 1.14 milyarı ise Facebook'u yalnızca mobil uygulamalar üzerinden kullanmaktadır. İnternet erişimine sahip olan dünya nüfusunun yaklaşık %38'i Facebook kullanmaktadır (statista.com). Bir Facebook kullanıcısının ortalama 200 arkadaşı vardır (brandwatch.com). Araştırmalar, üniversite öğrencilerinin %98'inin bir Facebook hesabına sahip olduklarını göstermektedir (Lee, Moore, Park ve Park, 2012).

Facebook'un temeli, *arkadaş olma* ve kullanıcıların çeşitli şekillerde birbirleriyle *iletişim kurmalarına* dayanmaktadır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). Facebook kullanıcıları; başka kullanıcıların profillerini görüntülemek, çevrimiçi arkadaşlıklar kurmak, arkadaşlarıyla mesaj, yorum ve gifler yoluyla iletişime geçmek amacıyla bir Facebook hesabı oluşturmaktadır (Ellison vd., 2007; Kalpidou, Costin ve Morris, 2011). Facebook kullanıcıları, birbirlerinin etkinliklerinden haberdar olabilir, hobilerini, ilişki durumunu ve diğer kişisel bilgilerini arkadaşları ile paylaşabilir ve kendi ilgi alanları dahilindeki çevrimiçi gruplara katılabilir ve bu sayfaları takip edebilir (Ellison vd., 2007). Sanal ortamdaki insan ilişkilerinin gelişimini etkileyen en yaygın sosyal ağ sitelerinin başında Facebook gelmektedir (Tong, Van Der Heide, Langwell, ve Walther, 2008; Walther, Van Der Heide, Kim, Westerman ve Tong, 2008).

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. Ellison ve arkadaşlarına göre (2007), kullanıcıların Facebook üzerinde birbirleriyle karşılıklı olarak paylaştıkları bilgiler, bir sosyal sermaye aracına dönüşmüştür. Buradaki sosyal sermaye kavramı, tam olarak kullanıcıların birbirleriyle kurdukları arkadaşlıklar ve bağlantılardan elde ettikleri bilgi kaynağını ifade etmektedir. Facebook bu sosyal sermayeyi iş / ödül fonksiyonu şeklinde kullanarak, kullanıcıların daha

fazla bilgilerini girmelerini sağlamak ve kullanıcıları için uygun olan arkadaşları daha kolay bulabilmesine olanak tanımaktadır. Facebook yalnızca bireyleri değil, aynı zamanda toplulukları da etkilemektedir (Lampe vd., 2007). İşçiler, çalıştıkları işyerlerinde sosyalleşmenin bir parçası olarak Facebook kullanmaktadırlar. (DiMocco ve Millen, 2007).

Sosyal ağların merkezinde yer alan Facebook'u kullanmaya yönelten güdüler araştırmacıların ilgisini çeken bir araştırma konusu olmuştur. Son yıllarda Facebook'un kullanımı ve etkileri üzerine yapılan çalışmalarda büyük bir artış gözlenmektedir. Üniversite öğrencilerinin kullanım alışkanlıkları üzerine yapılan birçok çalışma mevcuttur. Bununla birlikte Facebook üzerinde yapılan araştırmalarda ağ kurabilme imkânı (Stern ve Taylor, 2007), kullanıcıların bireysel özellikleri (Ross vd., 2009), sosyal sermaye olarak kullanılması (Valenzuela, Park, ve Kee, 2009; Ellison vd., 2007), kullanıcıların arkadaşlık ilişkileri ve kullanım algıları arasındaki nicel ve nitel farklılıklar (Walther vd., 2008; Tong vd., 2008), kullanıcılar arasındaki zayıf ilişkiler ve etkileri (Livingstone, 2008; Baker and Oswald, 2010) incelenmiştir. Facebook'un kurulduğu tarihten itibaren belki de en çok eleştirilen ve araştırılan kısmı gizlilik ayarları ve kullanıcıların gizlilik konusundaki algısıdır (Raynes-Goldie, 2010; Boyd, 2008). Facebook'un en çok araştırılan diğer konuları ise Facebook'un en çok araştırılan diğer konuları ise; Facebook kullanım alışkanlıkları ve harcanan zaman (Ellison vd., 2007; Pempek, Yermolayeva ve Calvert, 2009; Vasalou, Joinson, ve Courvoisier, 2010), Facebook kullanım amaçları (Ellison vd., 2007; Vasalou vd., 2010), Facebook kullanımı ve üniversite uyumu (DeAndrea, Ellison ve LaRose, Steinfield ve Fiore 2012), öz-saygı, sosyal ve duygusal uyum (Kalpidou vd., 2011), Facebook'un sosyalleşmeye ve sosyal sermayeye etkisi üzerinedir (Ellison vd., 2007; Keenan ve Shiri, 2009). Sosyal ağ siteleri üzerinde çalışılan onlarca alan olmasına rağmen, çevrimiçi arkadaşlıkların Facebook üzerinde nasıl başladığı ve sürdürüldüğü konusunda oldukça az çalışma yapılmıştır.

Facebook hem insanlara hem de şirketlere birçok avantajlar sağlamaktadır. Şirketlere sağladığı avantajlardan biri de imaj yönetimi konusundadır. Facebook'ta kullanıcıların duvarlarında paylaştıkları gönderiler, profil ve kapak resimleri kullanıcının kimliği ve sosyal ağları hakkında bilgi vermektedir. Kullanıcılar duvarlarında paylaştıkları gönderiler ile kişisel imajlarını yönetmektedir (Walther vd., 2008). Ayrıca bireylerin Facebook arkadaşlarının fiziksel çekiciliği, diğer kullanıcıların profile ilişkin gözlemlerini etkilemektedir. Çekici arkadaşlara sahip ve duvarında pozitif gönderiler bulunan

kullanıcılar, özellikle kadınlar tarafından daha çekici bulunmuştur (Walther vd., 2008). Bireylerin duvarlarında bulunan ve başkaları hakkındaki yargılar ilgili profil hakkında diğer kullanıcılara bilgi vermektedir (Walther vd., 2008).

1.2. Arkadaşlık Kavramı ve Arkadaşlık İlişisini Sürdürme

Bu ana başlık altında, arkadaşlık kavramı, bu kavramın insanlar için önemi, arkadaşlığın gelişimi, arkadaşlık ilişkisinin sürdürülmesi ve arkadaşlık türleri alt başlıkları açıklanmaktadır.

1.2.1. Arkadaşlığın Tanımı

Arkadaşlık kavramı, tarih boyunca farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bununla birlikte kavramın tanımı üzerinde araştırmacılar belirli bir uzlaşa sağlayamamıştır. Çünkü kavramın tanımı, bireylerin farklılıklarına göre değiştiği için (Adams, Blieszner ve De Vries, 2000; Mikami, 2010) sosyal yapı olarak arkadaşlığın tanımının yapılması ve sınırlarının net bir şekilde çizilmesi oldukça zordur (Osborn, 2000). Kavram, Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından arkadaş olma durumu, arkadaşla 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. Rawlins (1992) ise, her arkadaşlık birbirinden farklı olduğundan dolayı, her birinin farklı beklentilere sahip olarak geliştiği üzerinde durarak arkadaş kavramını size güvenen, bağlı olan, sizi destekleyen, önemseyen ve sizinle eğlenceli şeyler yapan kişi olarak tanımlamıştır.

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 Moss2013; Healy, 2011). Ayrıca insanların bir sosyal gruba ait olması, hayatta kalma ihtimallerini artırmaktadır (Voss, Markiewicz ve Doyle, 1999).

Arkadaşlıklar bir veya daha çok tarafın pozitif veya negatif etkilerine açıktır (Mikami, 2010). Kurallar kitabı ile birlikte taraflara gelmez, bu yüzden de daima dinamiktir ve değişime açıktır (Healy,2011). Diğer bir ifadeyle arkadaşlık, bireyler arasında oluşur, zaman içinde gelişir ve çeşitli yollarla olgunlaşır. Bazı araştırmalar, arkadaşlıkları gelişimlerine göre karşılaştırmışlardır. Arkadaşlıklar gönüllülük esasına dayalı olmasına rağmen aile, sınıf arkadaşlıkları ve iş arkadaşlıkları bu durumun istisnalarını oluşturmaktadır (Adams vd., 2000; Haytko, 2004). Arkadaşlık genellikle kasıtlı bir çaba olmadan gelişir (Carter vd., 2013), rastlantılara dayanmaz ve yakınlık duyma arkadaşlığın şekillenmesinde önemli bir rol oynar (Healy, 2011; Morimoto ve Yang, 2013).

Arkadaşlık ilişkileri genel olarak tanımlanmasına rağmen, kadın ve erkeğin arkadaşlığı nasıl algıladıkları ve hangi ihtiyaçları doğrultusunda arkadaşlıklarını sürdürdükleri farklılık göstermektedir. Kadınlar, daha çok bir şeyler konuşma isteği ile arkadaş ararken; erkekler daha çok beraber bir şeyler yapma isteği ile arkadaş arama çabasına girmektedir. Cinsiyetlerin, arkadaşlığa bakış açısındaki farklılıklara diğer bir örnek ise, erkeklerin daha çok grup olarak arkadaşlıklar kurma eğilimine, kadınların ise yalnızca birkaç tane yakın arkadaş edinme eğilimine sahip olması verilebilir (USA today, 1993).

1.2.2. Arkadaşlığın İnsan Hayatındaki Yeri ve Önemi

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).

Arkadaşlık, bireylerin kişisel gelişimleri, sosyalleşme süreçleri, karakter oluşumları sorumluluk alma ve bir gruba ait olma gibi birçok alanda gelişimlerine destek olmaktadır. Bu ilişkiler sonucunda bireyler muhatapları ile iletişim kurmakta ve onların duygularını, düşüncelerini anlamaya çalışmakta ve bu şekilde problem çözmeyi öğrenmektedir. Arkadaşlarının duygu, düşünce ve hislerini anlamaya çalışması, kişide zamanla empati yeteneğinin gelişmesini sağlar (Durakoğlu ve Gökçearslan, 2010).

İnsan var olduğu andan itibaren sosyalleşme ve iletişim kurma ihtiyacı içerisinde. İnsanların sosyalleşme ihtiyacının modern medeniyetin getirdiği, bilhassa son yıllardaki uygulamalar ile farklı bir yönde geliştiği görülmektedir. Modern sosyal ağ siteleri, sosyalleşme süreçlerinin etkili bir şekilde artmasına zemin oluşturmuştur (Crosier vd. 2012).

Jean-Paul Sartre, insan hayatının merkezinde sosyal iletişimin olduğunu anlayan ilk filozoflardandır (Thalos, 2010). Sosyal iletişim, özellikle teknoloji tabanlı iletişimin yoğun olduğu dönemlerde insanlar için temel bir teknolojik okuryazarlık gerektirmektedir. Gelişen teknolojiye yabancı olmayan kuşaklardan olan *dijital yerliler*, bu gibi sosyal evrimleri daha zararsız atlatmaktadırlar.

Değişen iletişim kanallarına uyum sağlama yeteneği, bireylerin sosyal zeka düzeyleriyle doğrudan ilintilidir. Bu bağlamda sosyal zekâ, birbiriyle kurdukları ilişkilerde akıllı bir şekilde hareket edebilme yeteneğini oluşturmaktadır. İnsanlar, çevrelerine en iyi şekilde nasıl uyum gösterebileceklerini öğrenerek sosyal zekâ sahibi olur ve hayatları boyunca değişen ilişki türlerine göre kendilerini sosyal durumlarına uygun bir şekilde günceller (Thorndike, 1920).

Manago ve arkadaşlarına göre (2012), ergenlikten erişkinliğe kadar uzanan gelişim dönemlerinde arkadaşlıklar; işbirliğine dayanan, öz-saygı ile desteklenen ve ailenin sosyal desteğini maddi yardım kaynağı olarak gören arkadaşlıklardır. Bazı araştırmalarda, güçlü sosyal desteğe sahip bireylerin, psikolojik olarak daha mutlu insanlar oldukları (Galambos, Barker, ve Krahn, 2006), bununla birlikte zayıf sosyal desteğe sahip bireylerin de, yalnızlığa ve depresyona yakalanma ihtimalinin yüksek oldukları ortaya konulmuştur (Jackson, Soderlind, ve Weiss, 2000). Ayrıca yapılan araştırmalarda dostluk ve arkadaşlık

gibi, pozitif bireysel ilişkiler kuramayan bireylerin özgüvenlerinin düşük olduğu ve sosyal izolasyona maruz kalma ihtimallerinin arttığı belirlenmiştir (Jackson vd., 2000).

İnsanoğlu, bireylerarası etkileşimi geliştirmesi gerektiğini uzun süredir bilmesine rağmen, son araştırmalar arkadaşlıkların kalitesinin, arkadaş sayısından daha önemli olduğunu göstermektedir (Reis, 1990). Benzer şekilde yapılan bir diğer araştırmada ise, erkek ve kadınların büyük bir çoğunluğu, çok fazla arkadaşları olmaksızın birkaç tane samimi arkadaşları olmasını tercih edeceklerini ifade etmişlerdir (Caldwell ve Peplau, 1982). Bu bulgular, arkadaşlarının sayısı yüzlerle ifade edilen ve iletişim stili kısaltılmış cümlelerle dolu mesajlar olan bireylere karşı bir duruşu ifade etmektedir.

1.2.3. Arkadaşlığın Gelişim Aşamaları

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).

Arkadaşlık ilişkisinin sonlanması ise bireyler arasındaki uyumsuzluklar ve çatışmalardan dolayı sona ermektedir. Bazen ise fiziksel mesafelerden dolayı arkadaşlıklar zamanla zayıflayıp sona ermektedir (Hruschka, 2010).

Bireylerin yaşları, arkadaşlıkların gelişim aşamaları açısından farklılık göstermektedir. Ergenlikten sonraki arkadaşlıklar için, arkadaşlığın sahip olduğu fonksiyonlar ve arkadaşlığın önem derecesi nispeten azalmaktadır (Reisman ve Shorr, 1978). Yetişkinlikte ise, bireylerin çok sayıdaki arkadaşıyla ilişkisi azalmaktadır (Dickens ve Perlman, 1981). 18-25 yaş aralığındaki arkadaşlıklar daha yoğun geçerken, aynı zamanda bu arkadaşlıklar birbirlerine karşı uzun vadeli bağlılıklar da gerektirmektedir (Argyle ve Henderson, 1985). Yirmilerin henüz başlarında olan bireyler ise, birçok bağlantıya sahip olan zengin bir

arkadaş çevresine sahiptir (Verbrugge, 1983). Bu yaşlardaki gençler, iyi görünme, akran gruplarına uyum sağlama, cinsiyetçi rolleri ve arkadaşları arasında kendisine çekicilik kazandıran fiziksel görünümleri ile oldukça ilgilidir (Johnson, 1989). Yirmilerinden sonra ise; insanlar, daha derin arkadaşlıklara odaklanırlar. Ayrıldıkları ailelerinin boşluklarını doldurabilecek iyi niyetli arkadaşlar aramaya doğru evrilirler (Johnson, 1989). Otuzlardan itibaren ise, insanlar, kendi kariyer tercihleri doğrultusunda kendi işleri ile ilgili arkadaşlar edinmeyi tercih ederler. Eğer bireyler aile kurmayı seçerlerse, çocukluklarından ya da gençliğinden bu yana beraber olduğu arkadaşlarından kopmaya başlar. Artık bu insanlar, işyerlerinde ya da evlerinde iş arkadaşları ya da komşuları olmadan kendi başlarına kalmayı öğrenirler (Altman ve Taylor, 1973).

1.2.4. Arkadaşlık İlişisini Sürdürme Stratejileri

Arkadaşlık ilişkisinin kurulmasından sonraki aşamayı, ilişkinin sürdürülmesi aşaması takip etmektedir. İlişkilerin karşılıklı tatminini sağlayacak düzeyde devam edebilmesi için gerekli olan davranışlar iki başlık altında ifade edilebilir (Canary ve Stafford, 1994). Bunlardan ilki, rutin davranışlar, ikincisi ise stratejik davranışlardır. Rutin davranışlar, bir ilişkinin temelini oluşturmaktan ziyade ortaya çıktığı zorunluluklar ve devamlılıklara dayanmaktadır (Canary ve Stafford, 1994). Stratejik davranışlar ise, kişinin zorunluluk kaynaklı olmayıp tamamen kendi isteği ile aldığı kararlar sonucu oluşmaktadır. Stratejik davranışlar, daha çok ilişkinin devam etmesini etkilemektedir. Arkadaşlık ilişkisinin sürekliliği için, her iki davranışa gerek duyulsa da stratejik davranışlar, arkadaşlık ilişkisinin sürdürülmesi için var olan samimiyeti koruma, devam ettirme ve geliştirme konusunda nispeten daha kilit bir rol üstlenmektedir (Canary ve Stafford, 1994).

Knapp (1984)'e göre, arkadaşlık ilişkisinin gelişim aşamaları beş adımdan oluşmaktadır. Bunlar; başlangıç, deneyim, tatmin, bütünleşme ve bağlanmadır. Taraflarının arkadaşlığı nasıl algıladığı ve nasıl sürdürmeye çalıştığı, birbirlerine olan anlayış, bağlılık ve dayanışma seviyeleri ile ölçülmektedir. Bir arkadaşlık ilişkisinin gelişimi, her iki tarafın da birbirine olan derin bağlılığı, ilişkideki dayanışmaları ve birbirlerini anlama kaliteleri ile ilgilidir (Parks, 1997).

Arkadaşlık ilişkisini sürdürmede, taraflar bazen iyi davranışlar sergilerken bazen de ilişkiye zarar veren kötü davranışlar sergilemektedir. Bu davranışlar göz önüne alındığında arkadaşlık ilişkisini sürdürme stratejileri, prososyal ve antisosyal sürdürme stratejileri

olarak iki kategoriye ayrılmaktadır (Canary ve Stafford, 1994). Bu stratejiler aşağıda detaylı olarak incelenmektedir.

1.2.4.1. Prososyal İlişki Sürdürme Stratejileri

Prososyal ilişki sürdürme davranışları, çoğunlukla ilişkinin devamına katkı sağlayan, olumlu sonuçlar doğuran, itimat ve saygı uyandıran davranışlardır (Canary ve Stafford, 1994). Prososyal ilişki sürdürme davranışları, arkadaşlıkları neşeli ve tatminkâr kılan davranışlar olarak da tanımlanmaktadır. Kişinin eşini başkalarının yanında eleştirmemesi, nazik, ince ve kibar davranışların yanısıra hoş muhabbet edebilmek de prososyal ilişki sürdürme stratejileri arasında yer almaktadır (Oswald, Clark ve Kelly, 2004). Ayrıca prososyal ilişki sürdürme davranışları bireylerin birbirlerine bağımlı olabilmesine yol açar. Prososyal ilişkilerin devamlılığını belirleyen faktörler; Canary ve Stafford'un (1994) yaptıkları bir çalışmada ortaya konmuştur. Bu faktörler;

- 1- Pozitiflik: Eğlenceli ve pozitif olmak,
- 2- Açıklık: İlişki konusunda tartışmaya açık olmak
- 3- Doğrulama: Sadakat ve vaatlerde tutarlılık
- 4- Bağlantı: Arkadaş ve akraba ile ilişkilerdeki yakınlık
- 5- Görev paylaşımı: İş ile ilgili ortak çalışma yapabilmek

İlişkinin devamlılığı için önemli olan açıklık, bireylerin birbirlerine kendilerini rahatça ifade edebilmeleri, günlük ve basit konuları konuşabilme kolaylıklarını ifade etmektedir. Arkadaşlık ilişkilerinde bireylerin birbirlerine olan açıklığı, aralarındaki samimiyetin düzeyi olarak kabul edilmektedir.

Yapılan bazı araştırmalar sonucunda prososyal ilişkinin devamını belirleyen faktörlere, bireylerin arkadaşlarının fikirlerine destek vermeleri, birbirleriyle olan tavsiye mekanizması, yardımlaşma ve özür gibi tamamlayıcı stratejiler de ilave edilmiştir (Stafford, Dainton ve Haas, 2000).

1.2.4.2. Antisosyal İlişki Sürdürme Stratejileri

Antisosyal ilişki sürdürme, bireylerin kendi aralarındaki arkadaşlık ilişkisinin düzeyini belirli bir seviyede tutan, kısa dönemlik geçici samimiyetlere dayanan ve uzun dönemde

arkadaşlık ilişkisini geliştirmekten ziyade arkadaşlık ilişkisini ve arkadaşlık tatminini baltalayan davranışlardır (Clark ve Grote, 1998).

Arkadaşlığı sürdürme stratejilerinden antisosyal sürdürme davranışları, genellikle daha az dikkat çeken davranışlardır (Stafford, 2003). İlişkinin mevcut durumunun devamını sağlamak amacıyla yapılmaktadır. Bunlar kimi zaman samimiyeti geliştirmek, kimi zaman arkadaşlarının abartılı isteklerine bir tepki mahiyetindeki hareketler ve bazen de bireylerin arkadaşlarından kendilerini uzaklaştırmak, arkadaşlarıyla aralarına mesafe koymak istediklerinde başvurdukları davranışlardır.

Antisosyal davranışların neler olduğuna dair bilim adamlarının bir fikir birliği olmamasına rağmen, genel olarak belirtilen antisosyal ilişki davranışlarına; ilgisizlik, sözlü saldırganlık, tehdit, endişe, korku verme, soğuk davranma, eğlenceli zamanları yarıda kesme, randevulara gecikme, randevu vermeme ve ipleri tamamen koparma örnek olarak verilebilir (Canary, Stafford, Hause ve Wallace 1993). Antisosyal stratejilerin ne olduğu konusunda hali hazırda tartışmalar devam etmekle birlikte, antisosyal stratejiler kimi zaman ilişkinin istediği yapıcı rolü üstlenirken, kimi zaman da fazla uygulandığında ilişki için yıkıcı bir role sahip olur.

1.2.5. Arkadaşlık Türleri

İnsan hayatının vazgeçilmez ihtiyaçlarından biri olan arkadaşlık, farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Aristoya göre arkadaşlıklar, üç ana başlık altında toplanmaktadır. Bunlar bireylerin birbirinden maddi çıkar göttükleri fayda temelli arkadaşlıklar, birbirlerine eşlik etmekten haz alınan zevke dayalı arkadaşlıklar ve karakterlerin uyuşmasına dayanan erdeme dayanan arkadaşlıklardır (Irwin (2000)'den aktaran Dawson, 2012).Aristo'nun sınıflandırmasına benzer bir sınıflandırma Kant tarafından yapılmıştır. 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. Arkadaşlıklar, ortam açısından ise iki alt kategoriye ayrılabilir. Bunlar; çevrimiçi ve çevrimdışı arkadaşlıklardır.

İlerleyen iletişim teknolojileri sayesinde insan hayatına giren çevrimiçi arkadaşlıklar, arkadaşlık ilişkilerini farklı bir boyuta taşımıştır. Çevrimiçi arkadaşlık ilişkilerinde

arkadaşlıklar, Bilgisayar Destekli İletişim (*Computer Mediated Communication (CMC)*) kanalları sayesinde çevrimiçi ağlarda başlar ve gelişir (Parks ve Roberts, 1998). Bireylerin yüz yüze iletişim yoluyla kurdukları geleneksel arkadaşlık ilişkisi, iletişim teknolojileri gelişmesi ile birlikte çevrimdışı ya da yüz yüze iletişim olarak ifade edilmeye başlamıştır. Bu kısımda, ortam açısından arkadaşlık sınıflandırması ele alınacaktır.

1.2.5.1. Çevrimiçi Arkadaşlıklar

Arkadaşlık ilişkileri, geleneksel anlamdaki yüz yüze arkadaşlık formundan özellikle son yarım yüzyılda teknolojiye hızlı gelişmeler sebebiyle oldukça farklılaşmıştır. İnsanların birbirleriyle iletişim için kullandıkları kanalların çeşitlenmesi, iletişimin kalitesinin ve hızının artması ile arkadaşlık ilişkileri geleneksel yüz yüze arkadaşlık tanımının ötesine geçmiştir. Bununla birlikte teknolojik altyapı üzerine kurulabilen ve/veya geliştirilebilen çevrimiçi arkadaşlıklar ortaya çıkmıştır. Teknolojik ilerlemelerin insanlara getirdiği yalnızlık hissi ve bu yalnızlık ile başa çıkabilmek için insanlar çevrimiçi arkadaşlıklar kurmaktadır.

Özellikle gençler, iletişimde kalmak, bilgiyi paylaşmak ve en önemlisi de sürekli genişleyen sosyal arkadaş gruplarını yönetebilmek için sürekli bir arayış içindedir (Subrahmanyam, Reich, Waechter ve Espinoza, 2008; Gangadharbatla, 2008).

Her ne kadar çevrimiçi ortamlarda kurulan arkadaşlıklar, geleneksel çevrimdışı arkadaşlıklar kategorisine alınmasa da, bireyler yalnızca çevrimiçi ortamlarda samimi arkadaşlıklar geliştirebilmekte ve bunu tıpkı geleneksel çevrimdışı arkadaşlıklardaki gibi uzun vadeli sürdürebilmektedir (Tidwell ve Walther, 2002). Ayrıca bazı çalışmalar, güçlü ve sürdürülebilir bir arkadaşlık ilişkisi için fiziksel bir bağın zorunlu olmadığını da ortaya koymuştur (Rheingold, 2000). Bu sebeple, çevrimiçi arkadaşlıkların, dijital dünyaya hakim olduğu ve yeni sosyal etkileşimlere hızlı uyum sağladığı sürece geleneksel çevrimdışı arkadaşlıklar ile oldukça benzer olduğu söylenebilir.

Özellikle son on yılda arkadaşlığın yüzyıllardır üzerinde bulunduğu temelleri yerinden oynatan sosyal ağ siteleri, arkadaşlık anlayışını yeniden tanımlamış ve arkadaşlıkların değerini yeniden belirlemiştir (Beer, 2008). Çevrimiçi arkadaşlıkların gelişme aşamasında, çevrimdışı arkadaşlıklarda olduğu gibi yüz yüze iletişimin olmaması, arkadaşlıkların bireylerin gözündeki değerini olumsuz yönde etkilemektedir (Fröding ve Peterson, 2012).

Çevrimiçi arkadaşlıkları sonlandıran davranışlar çevrimiçi ve çevrim dışı olarak ikiye ayrılmaktadır. Çevrimiçi ortamlarda kurulan arkadaşlıklarda; kutuplaştırıcı paylaşımlar yapmak, önemsiz/sık paylaşım ve sıradan paylaşımları sıkça paylaşmak çevrimiçi arkadaşlığı sonlandıran çevrimiçi davranışlardır (Sibona ve Walczak, 2011). Ayrıca sıklıkla oyun istekleri göndermek, ırkçılık içeren paylaşımlarda bulunmak ve reklam paylaşmak çevrimiçi arkadaşlığın sonlandırılmasını etkileyen davranışlar arasında yer almaktadır (Gashi ve Knautz, 2016). Çevrimiçi arkadaşlıkların sonlandırılmasında etkili olan çevrimdışı paylaşımlar ise; ihanet, güvensizlik, kurallara uymama ve hoşlanmama gibi gerçek hayattaki davranış değişiklikleri, boşanma, duygusal ilişkinin sona ermesi ve coğrafi uzaklıklar gibi var olan ilişkideki değişiklikler sonucunda gerçekleşmektedir (Sibona ve Walczak, 2011).

1.2.5.2.Çevrimdışı Arkadaşlıklar

Çevrimdışı arkadaşlıklar aynı zamanda “geleneksel” ve “yüz yüze arkadaşlıklar” olarak da adlandırılmaktadır. Geleneksel arkadaşlıkların tanımı bireyden bireye değişmekle birlikte, arkadaşlıktaki tarafların gönüllülüğü, aile bağları ve komşuluk ilişkileri gibi faktörlere göre farklılaşmaktadır (Adams vd., 2000). Çevrimdışı arkadaşlıklar, genellikle tarafların birbirleriyle fiziksel etkileşimlerden, genetik yakınlıklardan ve ortak sosyal çevreden doğmaktadır.

Geleneksel arkadaşlığın tanımı çevrimiçi arkadaşlıklara nazaran insanlığın ilk zamanlarına kadar dayanmaktadır. Aristo, arkadaşlık hakkındaki düşüncelerini M.Ö 340'larda yazdığı “Nikomakhos'a Etik” eserinde kaleme almıştır ve arkadaşlık çeşitlerini üç temel başlıkta ele almıştır. Bunlar; fayda, zevk ve erdem. Fayda temelli arkadaşlıklarda bu kişiler, genellikle belirli bir alanda tecrübe ve beceriye sahip olsalar da “tanıdıklar” olarak ifade edilmektedir. Örneğin, bakkal, komşu ya da tamirci verilebilir. Fayda temelli arkadaşlıklar; darılma, küsme, tartışma, dert etme ve hastalık gibi herhangi bir psikolojik ya da fiziksel sonuç doğurmayacak şekilde kolaylıkla sonlandırılabilir. Zevk arkadaşlıkları ise; tanıdıklardan daha yakın olan, kendileriyle eğlenerek zaman geçirilen insanlarla kurulan arkadaşlıklardır. Bu arkadaşlar, beraber hobileri paylaşmanın yanında dedikodu için de en uygun arkadaşlardır. Erdemli arkadaşlıklar ise, arkadaşı için her türlü fedakârlığı yapabilen, kendisi için istediği iyiliği arkadaşı için de isteyen kişilerle kurulan arkadaşlıklardır (Irwin (2000)'den aktaran Dawson, 2012).

Çevrimdışı arkadaşlıklar bazen hiç bozulmadan devam ederken, bazen ise çeşitli nedenlerden dolayı arkadaşlıklar sonlanmaktadır. Bu sebeplerden bazıları; ihanet, ilişkideki uyumsuzluklar ve çatışma ihtimalidir. Arkadaşlığın sona ermesi bazen anlık gelişirken, bazıları ise daha uzun vadede fiziksel mesafelerden kaynaklı olarak gerçekleşmekte ve arkadaşlık zamanla unutulmaktadır. (Hruschka, 2010).

1.2.5.3. Çevrimiçi ve Çevrimdışı Arkadaşlıkların Farklılıkları

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.

Çevrimiçi arkadaşlıklar her ne kadar yaygın olsa da, nasıl ortaya çıktıkları ve çevrimdışı arkadaşlıklar ile arasındaki farklılıklar konusunda araştırmacılar ortak bir fikir birliğine varamamıştır. Çevrimiçi arkadaşlıklar ve çevrimdışı arkadaşlıklar, özünde ve kişisel iletişim anlamında birbirlerinden çok farklı olmasalar da, anlayış, sadakat, bağlılık ve karşılıklı bağımlılık açısından birbirlerinden ayrılmaktadır (Parks ve Floyd, 1996; Parks ve Roberts, 1998). Ayrıca, çevrimiçi arkadaşlıklar gelişip olgunlaşmak için yeterli zamana sahip olduklarında, çevrimdışı arkadaşlıklardaki gelişim seviyesine ulaşabilirler (Walther, 1996). Eğer yeterli zamana yayılırsa çevrimiçi arkadaşlıklar da geleneksel çevrimdışı arkadaşlıklar gibi benzer pozitif sonuçlar verecektir.

Bonebrake (2002) bireylerin çevrimiçi ve çevrimdışı arkadaşlık ilişkilerinin farklılıklarını karşılaştıran çalışmasında, çevrimiçi arkadaş arayan insanların kendi ilgi alanlarına yakın kişilere daha kolay ulaşabildikleri sonucuna varmıştır. Ayrıca, kendilerini diğer insanlardan daha yalnız hissettiklerini belirten insanların, çevrimiçi ortamlarda kendileriyle iletişim kuracak arkadaşlar bulabilmesinin daha kolay olduğunu belirtmektedir. Sosyal iletişim becerileri zayıf olan insanların, çevrimiçi ortamlarda sosyalleşme yeteneklerini daha kolay kazandıkları ve kendilerine yeni sosyal kimlikler kazandırabildiklerini ortaya koymuştur. Bütün bunlara bakıldığında, gerçek hayatta arkadaşlık ilişkileri geliştirmekte zorlanan

asosyal ve yalnız insanların çevrimiçi ortamlarda arkadaşlıklarını gerçek hayata nazaran daha kısa sürede kurabildikleri sonucuna varılmıştır.

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). Briggles (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.

Çevrimiçi ve çevrimdışı arkadaşlıkların karşılaştırılması konusunda yukarıdaki çalışmaların sonuçlarından farklı bulgulara sahip çalışmalar da vardır. Örneğin çevrimiçi ve çevrimdışı arkadaşlıkları karşılaştıran bir çalışmada ise, kadın bloggerların arkadaşlık algıları ölçülmüştür. Araştırma sonuçlarına göre kadın bloggerlar, çevrimiçi arkadaşlıklarda daha az duygusal haz duyduklarını ve çevrimiçi arkadaşlıkların daha az güven verdiğini belirtmişlerdir. Ayrıca empati sahibi ve ortak ilgi alanlarına sahip oldukları arkadaşları bulmanın, çevrimiçi arkadaşlıklara göre çevrimdışı arkadaşlıklarda daha olası olduğunu belirtmişlerdir. Arkadaşlığın önemli boyutlarından biri olan fiziksel iletişimin bulunmaması, çevrimiçi arkadaşlıklardan alınan hazzın düşük kalmasının sebeplerinden birini oluşturmaktadır (Bane, Cornish, Erspamer ve Kampman, 2010).

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.

1.3. 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 tanımadığı şart değildir.

Bir bilişim şirketi olan Sophos, insanların yabancıları arkadaş olarak kabul edip etmediklerini test etmek amacıyla sahte isimler kullanarak Facebook hesapları oluşturmuştur. Araştırmanın sonucunda, katılımcıların yarıya yakını tanımadıkları hesaplardan gelen arkadaşlık isteklerini kabul etmişlerdir. Diğer bir ifadeyle, kullanıcıların yarıya yakını tanımadıkları bu kişilerle, kişisel bilgilerini paylaşmayı göze almıştır (McCarthy, 2007). Benzer bir çalışma Parks ve Floyd (1996) tarafından yapılmıştır. Yapılan çalışmada katılımcıların yaklaşık %60'ının, ilk kez internet haber gruplarında tanıştıkları kişiler ile çevrimiçi arkadaşlık ilişkisi kurdukları sonucuna varmıştır. Bir başka araştırmaya göre; internet kullanıcılarının küçük bir kısmı, interneti gerçek hayatlarında tanımadıkları insanlar ile iletişime geçmek için kullanmaktadır. İnternet insanların tanımadıkları kişilerle arkadaş olmasının yanı sıra, bireylerin gerçek hayatta uzun yıllardır sürdürdükleri arkadaşlıkları devam ettirmesine de katkı sağlamaktadır (Boase ve Wellman, 2006). McCarthy (2007) tarafından yapılan bir araştırmada ise, 200 kişiden 82'sinin yabancılarından gelen arkadaşlık isteklerini kabul ettiği sonucuna ulaşmıştır. 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).

Akıllı telefonların ve tabletlerin ortaya çıkışı ile erişilebilirliği ve popülerliği daha da artan sosyal ağlar sayesinde insanlar, çevreleriyle kurdukları zayıf ya da güçlü olan arkadaşlık bağlarını koruyarak sürdürmektedir. Randall (2011), e-mail ve anlık mesajlaşma uygulamaları gibi çevrimiçi iletişim araçları sayesinde, insanlar aileleri ve arkadaşları ile sürekli iletişimde kalabildiğini ifade etmiştir. Sosyal ağlar, bireyler arasındaki coğrafi uzaklıkları da kaldırarak bireyleri sadece tanıdıkları ile değil, mensubu oldukları topluluklar ile çok daha verimli ve düşük maliyet ile iletişim kurabilmelerine imkân sunmaktadır. İşverenler, dünyanın her yerindeki çalışanları ile bu sayede çok hızlı ve ucuz bir şekilde etkileşime geçebilmektedir (Vitak vd., 2011).

1.3.1. Arkadaşlığın Postmodern Evrimi

Aristo (M.Ö. 384-322), arkadaşlığın insan gelişiminde önemli rol oynayan unsurlardan birisi olduğunu ortaya koyan ilk filozofların başında gelmektedir. Aristo, arkadaşlığı; bireysel mutluluğun merkezine ulaştırarak bir aşk çeşidi olarak tanımlamaktadır. Aristo'ya göre arkadaşlığın önemi, insanın bağlılık ihtiyacında toplanmaktadır. Ona göre arkadaşlık ilişkisi iki tarafında ortak bir yatırım yapmasını gerektirir (Condella, 2010).

Modern dostluklar, Aristo'nun orijinal vizyonundan esasen farklıdır. Bunun nedeni, iletişim teknolojisindeki ilerlemelerin arkadaşlıklara yapılan yatırım çabalarında bir değişikliğe neden olmasıdır. Örneğin, bu dönemde bir sabit telefon numarasına sahip olmanın yerini, bir metin mesajı göndermek; aynı şekilde yüz yüze tanışmanın yerini, çevrimiçi bağlantı kurmak almıştır (Tedesco, 2010). Aristo, arkadaşlığın, oldukça fazla zaman, enerji ve kaynak ayırmaya gönüllü ve istekli bireyler arasında oluşabileceğini söylemektedir. Fakat Aristo'dan bu yana arkadaşlık için yapılan enerji yatırımları farklı yönlerde doğru gerçekleşmiştir. Günümüz toplumları ise, arkadaşlıklara yapılan bu enerji yatırımlarının amaç ve anlam bakımından verimliliğine odaklanmaktadır (Bloor, 2010).

Modern toplumlar, arkadaşlığın her şey ya da hiçbir şey olduğu zamanlarda yaşamaktadır (Deresiewicz, 2009). Modern arkadaşlıklarda; eşitlik, bireysellik ve seçme hakkı gibi kavramlar ön plandadır. Bunlara istenilen kişi ile ilişki kurma ya da ilişkiyi koparma özgürlüğü, istenilen kişi ile muhatap olma ya da olmama özgürlüğü de ilave edilebilir.

Sosyal ağ siteleri, özellikle de Facebook, arkadaşlık ilişkisinin çapını genişletmiş ve “dünyadaki bütün toplumları kucakla, her şeyi yap” düşüncesini insanlara yerleştirerek arkadaşlığın doğasını ve bireyleri değiştirmiştir (Deresiewicz, 2009).

Facebook'un kurucu ortaklarından olan Moskowitz'e göre Facebook, arkadaşlık ilişkilerine dair anıları saklamak için fırsat sunmaktadır. Aynı zamanda ilişkilerin zayıf ve güçlü yönlerini, birçok kez yüz yüze konuşma yapmaya gerek kalmadan tarafların birbirlerini anlamasına yardımcı olmaktadır (Bennett, 2013).

Arkadaşlıkların karmaşıklığı ve kapsamı çok fazla değişiklik göstermesine rağmen, Facebook yalnızca “arkadaş” kelimesini bir çatı terim olarak kullanmaya devam etmektedir. Buna rağmen, Facebook'taki ilişkileri tanımlayabilecek başka bir kelime bulunmamaktadır. Facebook, arkadaşlığın geleneksel tanımlarına karşı yeni bir kavram oluştururken, aynı zamanda arkadaşlığın modern tanımlarını da oluşturmaktadır

(Hamington, 2010). Çevrimiçi sosyal ağlar bu açıdan, arkadaşlığın tanımını öncesine göre daha kaygan bir zemine taşımıştır.

Facebook aracılığıyla devam eden arkadaşlığın postmodern versiyonu, insanların birbirlerinden bir istekte bulunmadığı bir ilişki türünü ortaya çıkarmıştır (Tedesco, 2010). Facebook'ta insanlar; kiminle, ne zaman iletişime geçip geçmeyeceğini belirleyebilmektedir. Dolayısıyla bir ilişki için herhangi bir karşılık beklenmemekte ve bu ilişki için yatırım yapma zorunluluğu hissedilmemektedir (Tedesco, 2010). Bu da modern ilişkilerin, ilişkinin iki tarafının da yatırım yapması gereken Aristo tarzı bir ilişkiden oldukça farklılaştığını göstermektedir.

1.3.2. Sosyal Ağlarda Arkadaşlık İlişkisi Kurma Stratejileri

Sosyal ağlarda insanlar; birbirleriyle arkadaş olma, arkadaşlığı sürdürme ve arkadaşlığı sonlandırma davranışları içerisinde bulunmaktadır. Sosyal ağlardaki arkadaşlıkların genel olarak yüz yüze arkadaşlıkların gelişimine katkı sağladığı düşünülse de bazı antisosyal davranışlar varolan arkadaşlıklara zarar vermektedir. Sosyal ağlardaki bu davranışlar genel olarak prososyal ve antisosyal davranışlar olarak ikiye ayrılmaktadır.

1.3.2.1. Sosyal Ağlardaki Prososyal Stratejiler

Sosyal ağlarda ilişkiler için prososyal stratejiler, genel çevrimdışı prososyal ilişkilere benzer olarak pozitif olmak, sosyal destek, etkileşim ve açıklık olarak dört başlıkta ifade edilebilir (Oswald vd., 2004).

Sosyal ağlarda pozitif, enerjik, neşeli ve sempatik olmak olarak tarif edilmektedir. Kişilerin sosyal ağlarda birbirlerine yaptığı övgü içeren sözler, paylaşımlar, yorumlar ve beğeniler pozitif davranışlardandır. Bu mesajlar metin mesajları olmak zorunda da değildir. Pozitif duygu ve düşünceler çeşitli ikonlar ile de ifade edilebilir (Parks ve Floyd, 1996; McKenna vd., 2002).

Sosyal ağlarda arkadaşlıklar için önemli stratejilerden bir diğeri ise desteklemedir. İnsanlar sosyal ağlarında kendileri ile benzer ilgi alanlarına ve görüşlere sahip kullanıcılar ile arkadaşlıklar başlatmaktadır. Bu sayede insanlar sosyal aidiyet hisseder ve kendileri için sosyal destek unsurları kurarlar. Bu tür sosyal destekler bireyler arasında uzun süreli samimi ilişkilerin oluşmasını sağlar (Wellman ve Wortley, 1990). Bu arkadaşlıklarda

kullanıcılar birbirlerinin ihtiyaçlarını karşılama ve dertlerini paylaşma konusunda gönüllüdür. İki taraflı sosyal destek, sosyal ağlardaki arkadaşlıklar için önemli bir unsurdur.

Sosyal ağlarda kullanıcıların kişisel açıklığı, arkadaşlığın devamı için bir başka önemli unsurdur. Kullanıcıların kişisel bilgilerinin açıklığı ile sosyal ağlardaki arkadaşlık ilişkisinin başlangıcı ve sürdürülmesi arasında pozitif bir ilişki vardır (McKenna vd., 2002). Kullanıcıların kişisel konulardaki açıklıkları, samimiyet düzeyini ve arkadaşlık ilişkisinin değerine dair bir göstergedir.

Arkadaşlık ilişkilerinin sosyal ağlarda başlatılmasını ve sürdürülmesini etkileyen bir diğer unsur ise etkileşimde olmaktır. Sosyal ağlar üzerinden anlık mesajlar ya da yorumlar gibi bildirim oluşturacak her etkileşim, iletişimin dolayısıyla da sosyal ağ arkadaşlığının devamını sağlayacaktır. Kullanıcıların sosyal ağlarda çevrimiçi bulunmaları ile arkadaşlık ilişkilerinin sürdürülebilirliği arasında pozitif bir ilişki vardır (Wellman ve Gulia, 1999).

1.3.2.2. Sosyal Ağlardaki Antisosyal Stratejiler

Sosyal ağlarda gerçekleştirilen antisosyal davranışlar arkadaşlıkların kurulmasını engellemekle birlikte kurulan ilişkilerin sürdürülmesine de engel olarak arkadaşlıktan çıkarılmaya neden olmaktadır. Sosyal ağlardaki antisosyal davranışlar genel olarak; şiddet, eleştiri ve gereksiz saldırganlıktır (Thompsen ve Ahn, 1992).

Zorlama ve sert eleştirilerin kullanıcılar arasında oluşturduğu gerilim arkadaşlık ilişkilerine zarar vermektedir. Sosyal ağlarda kullanıcıların birbirlerine şiddet içeren davranışları diğer kullanıcıları da etkileyerek uzaklaştırmaktadır. Kullanıcılar tahammüllerini aşan eleştiri ve saldırılar karşısında arkadaşlık ilişkisine kolayca son verebilmektedir. Sosyal ağlardaki öfke ve kızgınlık hali kararlılık olarak düşünülse de, kullanıcıları incitmekte hatta arkadaşlığın sonlandırılmasına sebep olmaktadır (Riva, 2001). Özellikle ilişkinin yüzyüze iletişim ile desteklenmemesi, birlikteliği sağlayacak buluşmaların ortadan kalkması ve fikir ayrılıkları kullanıcıların arkadaşlık ilişkisinin zayıflaması veya sonlandırılmasının nedenleri olarak gösterilebilir (Parks ve Floyd, 1996; McKenna vd., 2002).

1.3.3. Facebook ve Arkadaşlık İlişkisi Çalışmalarının Genel Görünümü

Facebook kullanıcılara profil oluşturma ve bu profiller yoluyla kendi sosyal ağlarını kurmalarına izin vermektedir. Bu ise, bir kullanıcının sosyal ağına dâhil olması için bir başkasına “arkadaşlık” isteği göndermesi ile gerçekleşir. Eğer istek onaylanırsa, kişi artık kullanıcının arkadaş listesinde görünür. Aynı şekilde kullanıcı da eklediği kişinin listesinde yer alır (Boyd, 2008)

Herhangi birisiyle arkadaş olmak, Facebook’un ana fonksiyonlarından birini oluşturmaktadır (Lampe, Ellison ve Steinfield, 2006). Lampe ve arkadaşları (2006) tarafından yapılan çalışmada, Facebook’taki sosyal bağların sosyal sermayeye dönüştüğü ortaya konulmuştur. Ayrıca bu çalışmada katılımcıların yarısından fazlasının, birini arkadaşlıktan çıkarmanın kendilerini etkilemediği ya da olumsuz etkilediği tespit edilmekle birlikte, arkadaş kalmanın ise daha rahatlatıcı bir rolünün olduğu ortaya konmuştur.

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 sitemlerinin 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 tanırorsa, o zaman bu kurulan ilişkinin gerçek bir arkadaşlık ilişkisi olduğu söylenebilir (Condella, 2010).

Donath ve Boyd (2004), teknolojinin, arkadaşlıkları devam ettirmek için kolaylık ve düşük maliyet taşıması nedeniyle yalnızca tanışmaya dayanan yüzeysel arkadaşlıkların sürdürülmesi üzerinde teknolojinin pozitif etkisi olduğunu ifade etmiştir.

Facebook üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2. Facebook'ta Arkadaşlık İlişkileri ile ilgili Yapılan Çalışmalar

<i>Yazar/lar</i>	<i>Hipotezler</i>	<i>Örneklem</i>	<i>Analiz Teknikleri</i>	<i>Bulgu</i>
Ellison, Steinfield ve Lampe (2007)	Facebook kullanım yoğunluğu ile algılanan sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki vardır.	ABD'li 286 lisans öğrencisi	Regresyon	Kabul
	Facebook kullanım yoğunluğu ile sosyal sermaye arasındaki ilişki kişinin benlik saygısı derecesine bağlı olarak değişecektir.			Ret
	Facebook kullanım yoğunluğu ile sosyal sermaye arasındaki ilişki kişinin hayatından memnuniyet derecesine bağlı olarak değişecektir.			Ret
	Facebook kullanım yoğunluğu ile sosyal sermayenin birleşmesi kişinin benlik saygısı derecesine bağlı olarak değişecektir.			Ret
Wang, Moon, Kwon, Evans ve Stefanone (2010)	Kullanıcılar, çekici profil fotoğraflı hesaptan gelen isteği kabul etmeye, çekici olmayan ve fotoğrfsız olan hesaplardan daha isteklidir.	ABD'li 350 İletişim Fakültesi öğrencisi	Anova	Kabul
	Kullanıcılar profil fotoğrafı bulunmayan hesaptan gelen istekleri kabul etmeye, çekici olmayana göre daha az isteklidir.			Ret
	Erkek kullanıcılar, erkeklerden çok kadınlar ile bir arkadaşlık başlatmak ister.			Kabul
	Kadın kullanıcılar, kadınlardan çok erkekler ile bir arkadaşlık başlatmak ister.			Ret
	Kullanıcılar, çekici fotoğraf bulunan hemcinsinden fazla, çekici fotoğraf bulunan karşı cinsten gelen isteği kabul etmeye eğilimlidir.			Kabul
	Kullanıcılar, çekici olmayan fotoğraf bulunan hemcinsinden çok, çekici olmayan fotoğraf bulunan karşı cinsten gelen isteği kabul etmeye eğilimlidir.			Ret
Hum vd. (2011)	Kullanıcıların Facebook profil fotoğraflarının sayısı ve içeriği cinsiyete göre değişmektedir	18-23 yaş aralığında 150 üniversite ve lise öğrencisi	Ki-kare	Ret
	Facebook profil fotoğrafları, pasif, çekici, uygun ve tek objeli olarak kategorilendirilir.			Kabul
Lee vd. (2012)	Öz saygıları düşük olan kullanıcılar, Facebook'ta daha çok arkadaş edinerek bu eksikliklerini gidermeye çalışmaktadır.	234 ABD'li Facebook kullanıcısı üniversite öğrencisi	Korelasyon ve hiyerarşik regresyon	Kabul
	Öz-saygı ile Facebook'taki arkadaş sayısı arasında negatif yönde bir ilişki vardır.			Kabul
	Bireysel benlik bilinci ile Facebook'taki arkadaş sayısı arasında herhangi ilişki yoktur.			Kabul
	Kamusal benlik bilinci ile Facebook'taki arkadaş sayısı arasında herhangi ilişki yoktur.			Kabul

Tablo 2. Facebook'ta Arkadaşlık İlişkileri ile ilgili Yapılan Çalışmalar (Devamı)

<i>Yazar/lar</i>	<i>Hipotezler</i>	<i>Örneklem</i>	<i>Analiz Teknikleri</i>	<i>Bulgu</i>
Bevan, Pfyl ve Barclay (2012)	Facebook'ta arkadaştan çıkarılma ile dalgınlık ve olumsuz düşünceler arasında pozitif bir ilişki vardır.	ABD'li, çeşitli eğitim seviyelerinde 547 öğrenci	Regresyon ve Anova	Kabul
	Facebook'u yoğun bir şekilde kullanan kişiler, arkadaşlıktan çıkarıldıklarında dalgınlıklarını artmaktadır			Kabul
	Facebook'u yoğun bir şekilde kullanan kişiler, arkadaşlıktan çıkarıldıklarında olumsuz düşünceleri artmaktadır			Kabul
	Facebook'u sadece varolan ilişkilerinin bir parçası olarak kullanan kişiler, arkadaşlıktan çıkarıldıklarında dalgınlıklarını artmaktadır			Kabul
	Facebook'u sadece varolan ilişkilerinin bir parçası olarak kullanan kişiler, arkadaşlıktan çıkarıldıklarında olumsuz düşünceleri artmaktadır			Ret
	Facebook'ta yakın arkadaşı tarafından arkadaşlıktan çıkarılmak, uzak arkadaştan daha fazla dalgınlığa sebep olmaktadır.			Kabul
Child ve Westermann (2013)	Çocuklar, ebeveynlerinden gelen arkadaşlık isteklerine genellikle olumlu cevap vermektedir.	Ebeveynlerinden arkadaşlık isteği almış 235 Facebook kullanıcısı	Ki-kare ve Anova	Kabul
	Çocuklar, ebeveynlerinden gelen arkadaşlık isteklerine cevap verdikten sonra gizlilik ayarlarında değişiklik yapmaktadır.			Kabul
	Çocuk ile ebeveynleri arasında geçmişten gelen sıkıntılar, arkadaşlık isteğinin kabulünü etkilemektedir			Kabul
Frampton ve Child (2013)	İş arkadaşları, birbirlerini Facebook'ta da arkadaş olarak kabul etmektedir..	Facebook hesabı olan 312 İşçi	Ki-Kare ve Anova	Kabul
	Facebook gizlilik ayarlarına hakim olan işçiler, iş arkadaşları ile Facebook'ta daha kolay arkadaş olmaktadır.			Kabul
	Daha önce iş arkadaşları ile sorunsuz iletişim kuran işçiler, aynı şekilde Facebook'ta da arkadaş olmakta sıkıntı yaşamazlar.			Kabul
Linaa ve Sørensen (2013)	Genç kullanıcılar, Facebook'ta zayıf ve birbirlerinden uzak arkadaşlık bağlarına sahip olsalar da bu bağlar kullanışlı ve değerlidir.	Danimarka'daki 1710 internet kullanıcısı, 970 Facebook kullanıcısı ve 20 kişilik focus grup	Regresyon	Kabul
	Yetişkin kullanıcılar, Facebook'taki arkadaşları ile güçlü bir bağa sahiptir.			Kabul
	Yetişkin kullanıcılar, Facebook'ta daha çok ailesi ve samimi arkadaşları ile arkadaş olmaktadır.			Kabul
	Gizlilik söz konusu olduğunda kullanıcılar, uzak ve yakın arkadaş ayrımı yapmamaktadır.			Kabul
Kneidinger (2014)	Gençlerin bir çoğu Facebook'ta yaşlılar ile arkadaş olmaktadır	987 genç ve orta yaşlı Facebook kullanıcısı	Regresyon	Kabul
	25 yaş ve altı ile 45 yaş ve üstü kullanıcıların, Facebook kullanımında ciddi farklılıklar vardır.			Kabul

Tablo 2. Facebook'ta Arkadaşlık İlişkileri ile ilgili Yapılan Çalışmalar (Devamı)

<i>Yazar/lar</i>	<i>Hipotezler</i>	<i>Örneklem</i>	<i>Analiz Teknikleri</i>	<i>Bulgu</i>
Bevan, Ang ve Fearn (2014)	Kullanıcılar, Facebook'ta yakın arkadaşları tarafından arkadaşlıktan çıkarılmayı, olumsuz bir hareket olarak görmektedir	ABD'li, çeşitli eğitim seviyelerinde 547 öğrenci	Korelasyon ve Anova, Mancova	Kabul
	Kullanıcılar, Facebook'ta yakın arkadaşları tarafından arkadaşlıktan çıkarılmayı, beklenmeyen bir hareket olarak görmektedir			Ret
	Kullanıcılar, Facebook'ta samimi olmadıkları arkadaşları tarafından arkadaşlıktan çıkarılmayı, beklentilerinin boşa çıkması olarak görmektedir			Kabul
	Kullanıcılar, uzun süredir Facebook'ta arkadaş olduğu kişi tarafından arkadaşlıktan çıkarılmayı, olumsuz bir hareket olarak görmektedir			Kabul
	Kullanıcılar, uzun süredir Facebook'ta arkadaş olduğu kişi tarafından arkadaşlıktan çıkarılmayı, beklenmeyen bir hareket olarak görmektedir			Ret
	Kullanıcılar, uzun süredir Facebook'ta arkadaş olduğu kişi tarafından arkadaşlıktan çıkarılmayı, beklentilerinin boşa çıkması olarak görmektedir.			Kabul
	Facebook'u yoğun bir şekilde kullanan kullanıcılar, arkadaşlıktan çıkarılmaya olumsuz bakmaktadır			Kabul
	Facebook'u yoğun bir şekilde kullanan kullanıcılar, arkadaşlıktan çıkarılmaya beklenmedik bir hareket olarak bakmaktadır			Kabul
	Facebook'u yoğun bir şekilde kullanan kullanıcılar, arkadaşlıktan çıkarılmaya beklentilerinin boşa çıkması olarak görmektedir			Kabul
	Facebook'u var olan arkadaşlıklarını sürdürmek için kullanan kullanıcılar, arkadaşlıktan çıkarılmayı olumsuz görmektedir.			Kabul
Bohn, Buchta, Hornik ve Mair (2014)	Facebook'taki arkadaş sayısı ile sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki vardır.	1707 Facebook Kullanıcısı	Korelasyon ve SNA için R	Ret
	Facebook'taki paylaşım sıklığı ile sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki vardır			Ret
	Facebook'ta başkalarının paylaşımları, yorumları ya da beğenileri yoluyla iletişime geçmek ile sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki vardır.			Ret
Sibona ve Walczak (2011)	Gerçek hayattaki var olan ilişkideki değişiklikler, arkadaşlıktan çıkarmanın sebebidir.	690 Facebook kullanıcısı	Mancova ve Anova	Kabul
	Hoşlanılmayan davranışları paylaşmak, arkadaşlıktan çıkarmanın sebeplerindedir.			Kabul
	Kutuplaştırıcı paylaşımlar yapmak, arkadaşlıktan çıkarmanın sebeplerindedir.			Kabul
	Çok sık gönderi paylaşmak, arkadaşlıktan çıkarmanın sebeplerindedir.			Kabul
	Önemsiz gönderiler paylaşmak, arkadaşlıktan çıkarmanın sebeplerindedir.			Kabul
Hattingh, Buitendag ve Thompson (2014)	Günlük hayat ile ilgili sıradan gönderiler paylaşmak, arkadaşlıktan çıkarmanın sebeplerindedir.	1200 Güney Afrika'lı Facebook Kullanıcıları	T-testi	Kabul
	Uygunsuz gönderiler paylaşmak, arkadaşlıktan çıkarmanın sebeplerindedir.			Kabul
	Kullanıcılar, tanımadıkları Facebook hesaplarından gelen arkadaşlık isteklerini çoğunlukla kabul etmektedir.			Kabul
	Profil fotoğrafının varlığı, arkadaşlık isteği kabulünü etkilemektedir.			Ret
	Cinsiyet, arkadaşlık isteğinin kabulünde etkilidir.			Kabul

Tablo 2. Facebook'ta Arkadaşlık İlişkileri ile ilgili Yapılan Çalışmalar (Devamı)

<i>Yazar/lar</i>	<i>Hipotezler</i>	<i>Örneklem</i>	<i>Analiz Teknikleri</i>	<i>Bulgu</i>
Limperos, Tamul, Woolley, Spinda ve Sundar (2014).	Bir arkadaş eklemek, beğeni hissini artırmaktadır	231 İngiliz üniversite öğrencisi	Manova ve Anova	Kabul
	Bir arkadaş eklemek, o kişiyle gelecekte iletişime geçme hissini ortaya çıkaracaktır.			Ret
	Bir arkadaş eklemek homofili hissini artırır.			Ret
	Facebook profilinin yüksek oranda kişisel bilgiler ile dolu olması hesabın beğeni seviyesini artırır.			Ret
	Facebook profilinin yüksek oranda kişisel bilgiler ile dolu olması, başkalarının bu hesap ile iletişime geçme isteğini artırır.			Kabul
	Facebook profilinin yüksek oranda kişisel bilgiler ile dolu olması homofili hissini artırır.			Kabul
Erkekler hemcinslerinin hesaplarına baktıklarından daha fazla yakınlığı, kadınların hesaplarına bakarken göstermektedir.				
Wang (2015)	Kullanıcıların, Facebook'ta kendilerini tanıtmaya seviyesi ile arkadaşlarıyla arkadaş kalması arasında pozitif ilişki vardır.	Tayvan'lı 605 gönüllü	Path Analysis-Yapısal eşitlik modeli	Ret
	Kullanıcıların, toplumsal bilince sahip olma seviyeleri ile kendilerini tanıtmaları arasında pozitif bir ilişki vardır.			Ret
	Kullanıcıların, toplumsal bilince sahip olma seviyeleri ile arkadaşlarıyla arkadaş kalması arasında pozitif bir ilişki vardır.			Ret
	Kullanıcıların, Facebook kullanma yoğunluğu ile kendilerini tanıtmaya seviyeleri arasında pozitif bir ilişki vardır.			Kabul
	Facebook kullanıcılarının başka hesapları sürekli gözetleme seviyesi ile arkadaşlıklarını koruma isteği arasında pozitif bir ilişki vardır.			Ret
	Bir hesabın başkaları tarafından sürekli olarak gözetlenme seviyesi ile o hesabın kendisini tanıtmaya seviyesi arasında pozitif bir ilişki vardır.			Kabul
Bir hesabın başkaları tarafından sürekli olarak gözetlenme seviyesi ile o hesabın toplumsal bilinç seviyesi arasında pozitif bir ilişki vardır.				
Sheldon (2015)	Öğrenciler, üniversite hocalarını Facebook'ta arkadaş olarak eklemeye eğilimlidir.	249 Lisans öğrencisi	Korelasyon	Kabul
	Öğretim üyesini arkadaş olarak ekleme eğilimi konusunda kadın ve erkek öğrenciler arasında fark yoktur.			Kabul
Sarapin ve Morris (2015)	Öğretim üyesinin Facebook'ta öğrencileri ile arkadaş olması onun öğrenci gözündeki değerini artırır	ABD'de 308 üniversite öğretim üyesi	Korelasyon ve Regresyon	Kabul
	Öğretim üyesinin Facebook'ta öğrencileri ile arkadaş olması onun öğrenci gözündeki güvenilirliğini artırır			Kabul
	Öğretim üyesinin Facebook'ta öğrencileri ile arkadaş olması onun öğrenci gözündeki popülerliğini artırır			Kabul
	Öğretim üyesinin Facebook'ta öğrencileri ile arkadaş olması onun erişilebilirliğini artırır			Kabul
	Öğretim üyesinin Facebook'ta öğrencileri ile etkileşim sıklığı ile onun PERC skala skoru arasında pozitif bir ilişki vardır			Kabul
	Facebook'ta bir çok bilgisini bulduran öğretim üyesinin PERC skoru, daha az bilgisini bulduran daha yüksektir			Kabul
	Öğretim üyesinin Facebook'ta öğrencilerle iletişimi, öğrencilerin üniversite akademik başarılarını olumlu yönde etkilemektedir.			Kabul
Öğrenciler, Facebook'ta bir çok bilgisini bulduran öğretim üyesini, az bilgisini buldurana göre daha erişilebilir görmektedir.	Kabul			

Tablo 2. Facebook'ta Arkadaşlık İlişkileri ile ilgili Yapılan Çalışmalar (Devamı)

<i>Yazar/lar</i>	<i>Hipotezler</i>	<i>Örneklem</i>	<i>Analiz Teknikleri</i>	<i>Bulgu</i>
Sheldon (2016)	Öğrenciler, hocalarını Facebook'ta arkadaş olarak eklemeye genel olarak eğilimlidir	ABD'li 160 öğretim üyesi ve 249 öğrenci	Lojistik regresyon ve hiyerarşik regresyon	Kabul
	Öğrencileri ile yaş farkı az olan akademisyenler, öğrencileriyle arkadaş olmaya daha isteklidir..			Kabul
	Akademisyenler, öğrencileriyle mezun olduktan sonra da görüşebilmek için arkadaş olmayı tercih etmektedir.			Kabul
	Kadın öğrenciler, hocalarını arkadaş olarak eklemeye erkeklere göre daha fazla eğilimlidir.			Kabul
Gashi ve Knautz (2016)	Gerçek hayattaki arkadaşlıklar, çevrimiçi arkadaşlıklardan daha fazla öneme sahiptir	Almanya, Avusturya ve İsviçre'deki 2201 Facebook Kullanıcısı	T-testi	Kabul
	Arkadaşlıktan çıkarmak, gerçek hayattaki arkadaşlığı da sonlandırmak için bir işaret olarak kullanılmaktadır.			Ret
	Sıklıkla gönderi paylaşmak, arkadaşlıktan çıkarmanın sebeplerinden biridir.			Kabul
	Sıklıkla oyun istekleri göndermek, arkadaşlıktan çıkarmanın sebeplerinden biridir.			Kabul
	Önemsiz gönderiler paylaşmak, arkadaşlıktan çıkarmanın sebeplerinden biridir.			Kabul
	Biri tarafından arkadaşlıktan çıkarılmak, şaşkınlık, hayal kırıklığı ve üzüntü vericidir.			Kabul
	Arkadaşlıktan çıkarıldıklarında, erkekler kadınlara göre daha az üzüntü duymaktadırlar.			Kabul
	Başkalarını arkadaşlıktan çıkarmak, genellikle nötr ya da pozitif etki vermektedir.			Kabul
	Hem erkek hem de kadın kullanıcılar, arkadaşlıktan çıkardıkları kişiler ile gerçek hayatta karşılaşmaktan kaçınılmaktadır.			Kabul
	Erkekler, arkadaşlıktan çıkardıkları kişileri engellemeye kadınlardan daha çok tercih etmektedir.			Kabul
Croom, Gross, Rosen ve Rosen (2016)	Erkekler, arkadaşlıktan çıkarmak yerine takip etmeyi bırakmayı kadınlardan daha çok tercih etmektedir.	4022 lisans öğrencisi	Anacova	Kabul
	Kadın lisans öğrencilerinin, Facebook'ta erkeklere göre daha fazla arkadaşı vardır.			Ret
	Lisans öğrencileri, Facebook hesaplarında arkadaş oldukları kişilerin en az %85'inin ismini doğru olarak bilmektedir.			Ret
	Kadın kullanıcılar, erkeklere göre kimlerle arkadaş olduğunu daha iyi bilmektedir.			Kabul
Mullen ve Hamilton (2016)	Erkekler, Facebook'ta varolan arkadaşlıkları sürdürmekten daha çok yeni arkadaşlıklar edinmektedir.	262 ilkököl öğrencisi	Lojistik Regresyon	Kabul
	Kadınlar, Facebook'ta yeni arkadaşlar edinmekten daha çok var olan arkadaşlıklarını sürdürmektedir.			Kabul
	Ergenlerin Facebook gizlilik yönetimini başarılı bir şekilde kullanması ile Facebook'ta ebeveyniyle arkadaşlığı arasında negatif bir ilişki vardır.			Ret
	Kadınlar, Facebook'taki gizlilik yönetimini erkeklerden daha başarılı bir şekilde yürütmektedir.			Kabul
Mullen ve Hamilton (2016)	Ergenlerin, Facebook'ta ebeveynleri ile arkadaş olmamaları, onların ebeveynleriyle ilişkilerinin kalitesinin düşük olduğunu göstermez.			Ret
	Ergenlerin, ebeveynleriyle Facebook'taki arkadaşlığı olumlu yönde olması gerçek hayattaki arkadaşlıklarıyla ilgilidir.			Kabul

gönderdikleri kadın ve erkeklerden gelen tepkileri ölçmüşlerdir. İstek gönderilen hem kadın ve hem erkek kullanıcılar çekici fotoğrafa sahip karşı cins hesaptan gelen arkadaşlık isteğini kabul etmeye oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, çekici olmayan fotoğraflara sahip Facebook hesaplarının ise, hiç fotoğraf olmayan Facebook hesaplarına göre arkadaşlık isteklerine daha fazla kabul aldıkları ortaya konmuştur.

Yee ve Bailenson (2007) çalışmalarında oluşturdukları hesaplara birbirinden farklı avatar fotoğrafları (çizgi kahramanlar) yüklemiş ve kullanıcılara arkadaşlık istekleri göndermiştir. Kullanıcıların çekici olan avatarlı hesaplar ile kişisel bilgilerini paylaşmakta daha istekli oldukları gözlenmiştir. Sosyal ağlardaki kullanıcıların yabancılardan gelen arkadaşlık isteklerini kabul etmelerinde fotoğrafların önemli bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Yabancılar arkadaş olarak kabul edilirken, fotoğrafların ve gönderilerin Facebook kullanıcıları üzerinde pozitif bir etkisi olduğu ortaya konmuştur.

Günümüz medya araçları ile insan fotoğrafları arasındaki ilişki, bazı akademik çalışmalar ile araştırılmıştır (Dittmar ve Howard, 2004; Tiggemann ve McGill, 2004). Sonuçlar, kitle iletişim araçlarının, olumsuz beden imajı algısının oluşmasıyla doğrudan ilgili olduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanında bazı deneysel çalışmalar, medyada ideal vücut görüntüsüne maruz kalmanın, insanlardaki beden karmaşası gibi rahatsızlıkları oluşturduğunu göstermiştir.

İnsan fotoğraflarının etkilediği alan yalnızca geleneksel medya araçlarıyla sınırlı değildir. Son yıllarda hayatın vazgeçilmez bir parçası olan sosyal ağlar da bu etkiden oldukça etkilenmektedir. Bu sosyal ağların en göze çarpan mecralarının başında ise Facebook gelmektedir.

Facebook'ta oluşturulan profillerin düzenlenebilir olması, kişilerin bu profiller ile kendilerini sunmalarını kolaylaştırmıştır (Ellison, Heino ve Gibbs, 2006; Toma ve Hancock, 2010). Yüz yüze iletişimdeki aksine insanlar, sosyal ağlarda fotoğraflarını paylaşmadan aralarından en iyi olanları seçme imkânına sahip olmaktadır (Walther, 1996). Ayrıca, görülmesini istemediği özelliklerini gizleyerek, bilinçli olarak pozitif taraflarının görünmesini sağlayabilmektedir (Ellison vd., 2006). 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). Kullanıcıların profil fotoğraflarının etkilerini ölçen bir diğer çalışmada ise; katılımcılar, fiziksel olarak çekici bir profil fotoğrafına sahip kullanıcıların hesaplarına baktıklarında, kötü profil fotoğraflarına sahip kendi profillerini daha kötü bulduklarını ortaya koymuştur (Haferkamp ve Krämer, 2011).

2. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1. 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. Sosyal medya bireylerin daha hızlı ve daha fazla etkileşim kurabilmesine aynı zamanda daha fazla paylaşım yapılabilmesine imkân tanımaktadır. Bu özellikleri sebebiyle, gençler sosyal medyayı gün geçtikçe daha fazla kullanmakta, sosyal ağları bir sosyalleşme unsuru olarak görmekte ve bu sanal ortamda arkadaşlar edinmektedir.

Bu araştırmanın amacı gençlerin genel Facebook kullanım alışkanlıklarının yanı sıra arkadaşlık ilişkisinin başlamasını ve sonlandırılmasını etkileyen faktörleri incelemektedir.

2.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Çalışmanın birinci kısmında incelenen yazın araştırmasında sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve kullanıcı profilleri ile gerçek hayattaki arkadaşlık ilişkileri üzerine çok fazla çalışma olmasına rağmen, sosyal ağlardaki arkadaşlıkların nasıl başladığı sürdürüldüğü ve sonlandırıldığına dair oldukça az çalışmanın olduğu görülmüştür. İlgili yazın incelemesi sonucu araştırma modeli oluşturulmuş ve hipotezler geliştirilmiştir.

2.2.1. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri, Facebook kullanım anketi, saha uygulaması ve laboratuvar uygulaması hipotezleri olarak üç ayrı başlık altında toplanmıştır. Araştırma amacı temelinde geliştirilen hipotezler aşağıdaki şekildedir.

2.2.1.1. Facebook Kullanım Anketi için Hipotezler

H1: Katılımcının Facebook paylaşımları *katılımcının demografik özelliklerine* göre farklılık gösterir.

- **H1a:** Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının *cinsiyetine* göre farklılık gösterir.
- **H1b:** Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının *sınıf düzeyine* göre farklılık gösterir.
- **H1c:** Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının *gelir düzeyine* göre farklılık gösterir.

H2: Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı, *katılımcıların demografik özellikleri* açısından farklılık gösterir.

- **H2a:** Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcının *cinsiyeti* açısından farklılık gösterir.
- **H2b:** Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcının *sınıf düzeyleri* açısından farklılık gösterir.
- **H2c:** Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcının *gelir düzeyleri* açısından farklılık gösterir.

2.2.1.2. Saha Uygulamasına İlişkin Hipotezler

H1: Saha uygulamasında katılımcıların gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde *istek gönderen hesabının nitelikleri* etkilidir.

- **H1a:** Saha uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabının *cinsiyeti* etkilidir.
- **H1b:** Saha uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteğinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderilen hesabın *profil fotoğrafı* etkilidir.
- **H1c:** Saha uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabı ile *aynı üniversitede eğitim almak* etkilidir.
- **H1d:** Saha uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabının *ilişki durumu* etkilidir.

H2: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde *katılımcıların demografik özellikleri* etkilidir.

- **H2a:** Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların *cinsiyetleri* etkilidir.

- **H2b:** Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların okudukları *sınıf düzeyleri* etkilidir.
- **H2c:** Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların *gelir düzeyleri* etkilidir.

H3: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü *isteği gönderen hesabın nitelikleri* açısından farklılık vardır.

- **H3a:** Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın *cinsiyeti* açısından farklılık vardır.
- **H3b:** Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın *profil fotoğrafı* açısından farklılık vardır.
- **H3c:** Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesap ile *aynı üniversitede okuma* açısından farklılık vardır.
- **H3d:** Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın *ilişki durumu* açısından farklılık vardır.

H4: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü *katılımcıların demografik özellikleri* açısından farklılık vardır.

- **H4a:** Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü, katılımcının *cinsiyeti* açısından farklılık vardır.
- **H4b:** Saha uygulamasında katılımcının tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü, katılımcıların *sınıf düzeyi* açısından farklılık vardır.
- **H4c:** Saha uygulamasında katılımcının tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü, katılımcının *gelir düzeyi* açısından farklılık vardır.

2.2.1.3. Laboratuvar Uygulamasına İlişkin Hipotezler

H1: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde *istek gönderen Facebook hesabının demografik özellikleri* etkilidir.

- **H1a:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabının *cinsiyeti* etkilidir.
- **H1b:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabı ile *aynı üniversitede eğitim almak* etkilidir.
- **H1c:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabının *ilişki durumu* etkilidir.
- **H1d:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteğinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderilen hesabın *profil fotoğrafı* etkilidir.

H2: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde *katılımcıların demografik özellikleri* etkilidir.

- **H2a:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların *cinsiyetleri* etkilidir.
- **H2b:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların *gelir düzeyleri* etkilidir.
- **H2c:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların okudukları *sınıf düzeyleri* etkilidir.

H3: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde *isteği gönderen hesabın nitelikleri* açısından farklılık vardır.

- **H3a:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın **cinsiyeti** açısından farklılık vardır.
- **H3b:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın *profil fotoğrafı* açısından farklılık vardır.
- **H3c:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesap ile *aynı üniversitede okuma* açısından farklılık vardır.
- **H3d:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın *ilişki durumu* açısından farklılık vardır.

H4: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde *katılımcıların demografik özellikleri* açısından farklılık gösterir.

- **H4a:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü, katılımcıların *cinsiyetleri* açısından farklılık gösterir.
- **H4b:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü, katılımcıların *sınıf düzeyleri* açısından farklılık gösterir.
- **H4c:** Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü, katılımcıların *gelir düzeylerine* göre farklılık gösterir.

H5: Profilde ilk dikkat çeken faktör üzerinde *katılımcının demografik özellikleri* açısından farklılık vardır.

- **H5a:** Profilde ilk dikkat çeken faktör üzerinde katılımcının *cinsiyeti* açısından farklılık vardır.
- **H5b:** Profilde ilk dikkat çeken faktör üzerinde katılımcının *sınıf düzeyi* açısından farklılık vardır.
- **H5c:** Profilde ilk dikkat çeken faktör üzerinde katılımcının *gelir düzeyi* açısından farklılık vardır.

H6: Arkadaşlık isteğini reddetme/arkadaşıktan çıkarma sebebi, *katılımcının demografik özellikleri* açısından farklılık vardır.

- **H6a:** Arkadaşlığı reddetme/ arkadaşlıktan çıkarma sebebi katılımcının *cinsiyeti* açısından farklılık vardır.
- **H6b:** Arkadaşlığı reddetme/ arkadaşlıktan çıkarma sebebi katılımcının *sınıf düzeyi* açısından farklılık vardır.
- **H6c:** Arkadaşlığı reddetme/ arkadaşlıktan çıkarma sebebi katılımcının *gelir düzeyi* açısından farklılık vardır.

H7: Profil fotoğrafına verilen puan üzerinde *katılımcının demografik özellikleri* açısından farklılık vardır.

- **H7a:** Profil fotoğrafına verilen puan üzerinde katılımcıların *cinsiyeti* açısından farklılık vardır.
- **H7b:** Profil fotoğrafına verilen puan üzerinde katılımcıların *sınıf düzeyi* açısından farklılık vardır.
- **H7c:** Profil fotoğrafına verilen puan üzerinde katılımcıların *gelir düzeyi* açısından farklılık vardır.

H8: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde *istek gönderen hesabın nitelikleri* açısından farklılık vardır.

- **H8a:** Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde Facebook arkadaşının *cinsiyeti* açısından farklılık vardır.
- **H8b:** Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde, Facebook arkadaşının *profil fotoğrafı* açısından farklılık vardır.
- **H8c:** Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde Facebook arkadaşı ile *aynı üniversitede okuma* açısından farklılık vardır.
- **H8d:** Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde Facebook arkadaşının *ilişki durumu* açısından farklılık vardır.

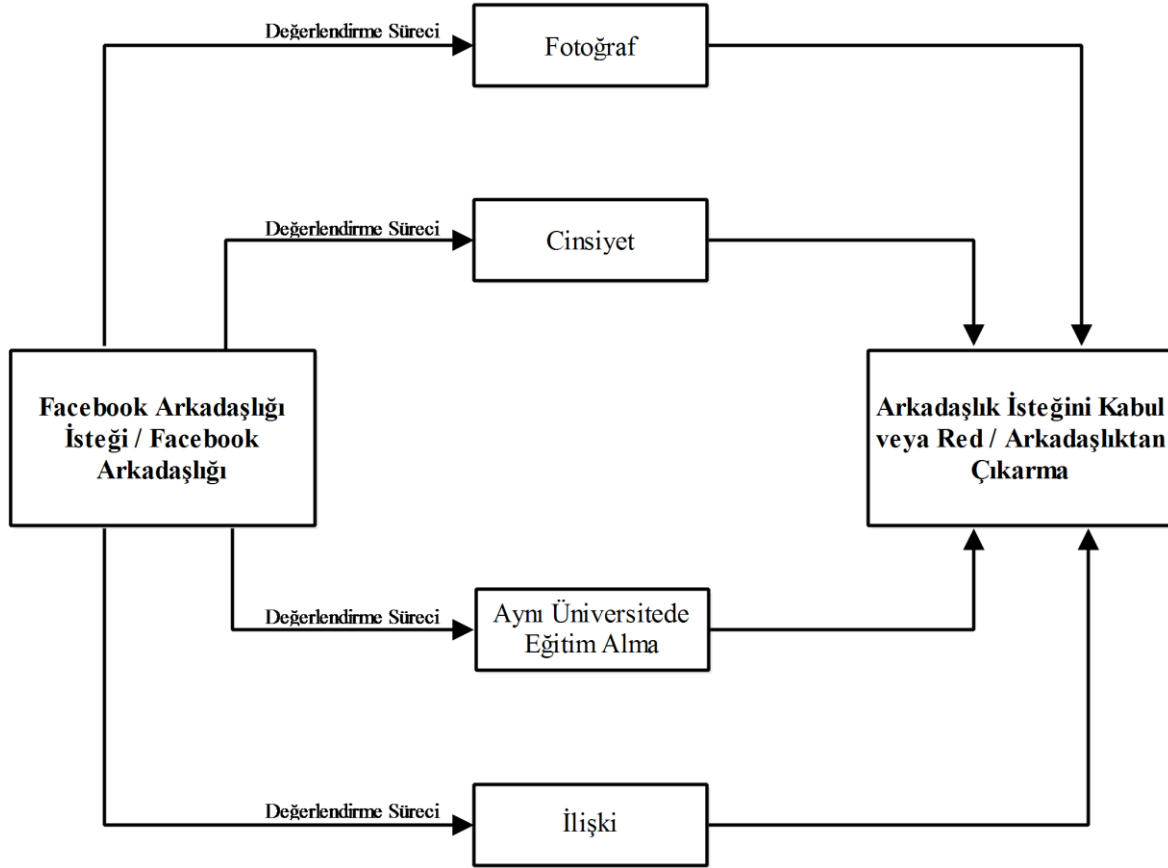
H9: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı *katılımcının demografik özellikleri* açısından farklılık gösterir.

- **H9a:** Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcıların *cinsiyetleri* açısından farklılık gösterir.
- **H9b:** Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcıların ortalama *gelir düzeyleri* açısından farklılık gösterir.
- **H9c:** Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcıların okudukları *sınıf düzeyleri* açısından farklılık gösterir.

H10: Katılımcıların Facebook'taki arkadaşlıklarını sürdürmeleri üzerinde *profili incelemenin pozitif etkisi* vardır.

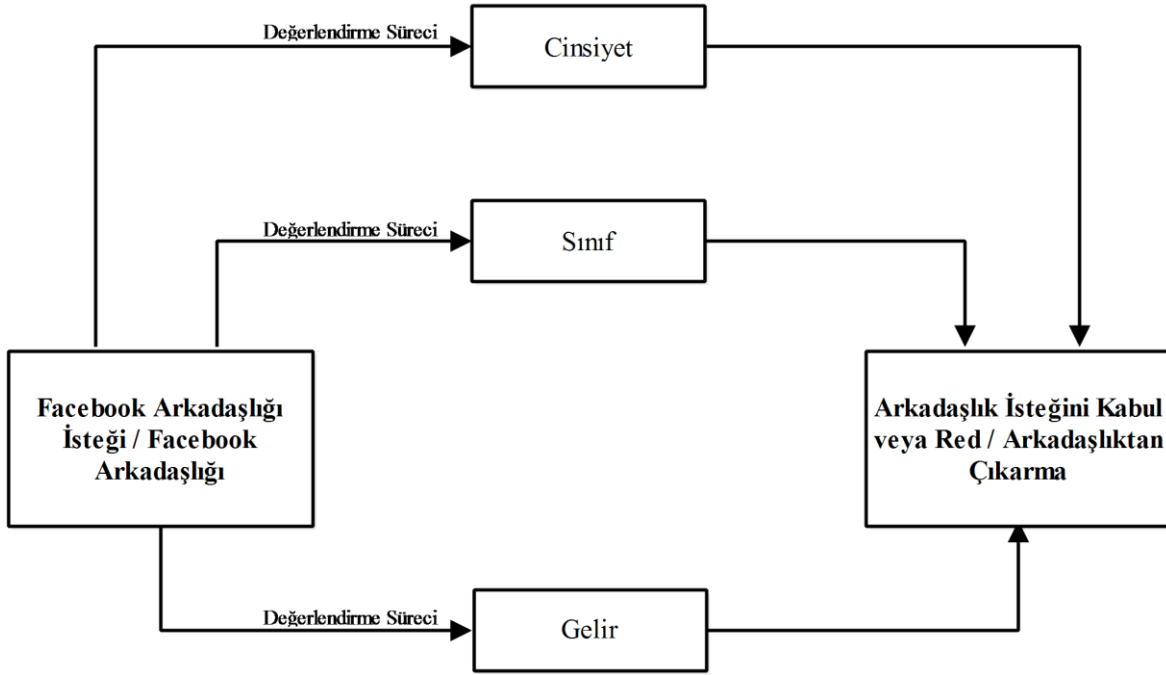
H11: Katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteğinin kabulü *ortam (saha/laboratuvar) açısından* farklılık gösterir.

Arkadaşlık isteği gönderen hesabın nitelikleri açısından arkadaşlık kabul/ret ve arkadaşlıktan çıkarma süreçlerine ait model Şekil 2’de gösterilmektedir.



Şekil 2. İstek gönderen hesabın nitelikleri açısından arkadaşlık isteğinin kabul veya reddini ve arkadaşlıktan çıkarma davranışını etkileyen faktörler modeli

Katılımcının demografik özellikleri açısından arkadaşlık isteğinin kabulü/reddi ve arkadaşlıktan çıkarma davranışına ilişkin oluşturulan model Şekil 3’te gösterilmektedir.



Şekil 3. Katılımcının demografik özellikleri açısından arkadaşlık isteğinin kabul veya reddini ve arkadaşlıktan çıkarma davranışını etkileyen faktörler modeli

2.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket ile deneysel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Anket yöntemi kullanılarak “Facebook kullanım anketi” ve “Güzellik testi” olmak üzere iki anket tasarlanmıştır. Deneysel araştırma yönteminde ise saha (doğal) ve laboratuvar (yapay) ortamında iki uygulama gerçekleştirilmiştir. Araştırma içerisinde kullanılan anketlerin ve araştırmanın etik ilkelere uygunluğu için Aksaray Üniversitesi Etik Kurulu’ndan gerekli izinler alınmış olup, EK 7 içerisinde gösterilmiştir.

2.3.1. Anket Yöntemi

Araştırmada, iki farklı anket uygulaması yapılmıştır. Bunlardan ilki “Facebook kullanım anketi”, ikincisi ise “Güzellik Testi” anketidir. Bu anketler, aşağıda alt başlıklar halinde incelenmektedir.

2.3.1.1. Facebook Kullanım Anketi

Bu anket, bireylerin genel Facebook kullanım alışkanlıklarını, arkadaşlık kabulünü ve arkadaşlıktan çıkarmayı etkileyen faktörleri ortaya koymak için oluşturulmuştur. Anket dört bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde, katılımcıların genel Facebook kullanım alışkanlıkları, aile üyeleri ve arkadaşları ile arkadaş olup olmadıkları ve arkadaşlık isteklerine verdikleri cevapları belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci kısmında, arkadaşlıktan çıkarma davranışının sebeplerini belirlemeye yönelik, arkadaşlıktan çıkardıkları kişilerin Facebook davranışlarına ilişkin sorular vardır. Üçüncü bölümdeki sorular ise, katılımcıların Facebook kullanım amaçları ve Facebook'a ilişkin görüşlerini ortaya çıkarmaya ilişkindir. Son bölümde ise katılımcıların demografik özellikleri istenmiştir. Araştırmada Sibona ve Walczak (2011) tarafından geliştirilen anket temel alınmıştır. Anket, web tabanlı olarak oluşturulmuştur (EK 1). Tablo 3'te Facebook kullanım anketinin bölümleri ve soru sayıları gösterilmektedir. Anket toplam dört bölüm ve 87 sorudan oluşmaktadır.

Tablo 3. Facebook Kullanım Anketi

<i>Facebook Kullanım Anketi Bölümleri</i>	<i>Soru Sayısı</i>	<i>Ölçüm Düzeyi</i>
I. Bölüm: Sosyal medya ve genel arkadaşlık ilişkisi	16	Nominal ve Ordinal
II. Bölüm: En son arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımları	27	Nominal ve Aralıklı Ölçek (5'li likert)
III. Bölüm: Genel Facebook Kullanımı	39	Ordinal, Aralıklı Ölçek (5'li likert) ve Rasyo
IV. Bölüm: Demografik Bilgiler	5	Nominal, Ordinal ve Rasyo
Toplam	87	

2.3.1.2. Güzellik Testi

Bu anket, Facebook'ta oluşturulacak hayali hesaplardaki profil fotoğraflarının "güzel/yakışıklı" ve "normal" olarak nitelendirilebilmesi amacıyla oluşturulmuştur. Güzellik testinde kullanılacak fotoğraflar araştırmacının kendi sosyal çevresinden elde edilmiştir. Kullanılan fotoğrafların sahiplerine araştırma konusunda geniş bilgi verilmiş ve kendilerinden izin alınmıştır². Güzellik anketi için, 10 kadın ve 10 erkekten kendi sosyal

² Güzellik Testi içerisinde fotoğrafı bulunan kişiler, fotoğraflarının kullanılmasına yalnızca bu araştırma için izin vermişlerdir. Araştırma içerisinde kullanılan fotoğrafların, gelecekte yapılması planlanan diğer araştırmalar içerisinde kullanılabilmesi için fotoğraf sahiplerinden yeniden izin alınması gerekmektedir.

medya hesaplarında kullandıkları 3'er tane fotoğrafları istenilmiştir. Bu kişilerin seçilmesinin nedeni, bu kişilerle araştırmacının hızlı iletişim kurabilmesi, ilgili kişilerden izin almanın kolay olması olarak belirtilebilir. Bu kişilerin her birinin üç fotoğrafı yan yana olacak şekilde bir araya getirilmiştir. Katılımcılardan, bu fotoğraflara 1 ile 10 arasında puan verilmesi istenmiştir. Anket, web tabanlı olarak hazırlanmıştır (EK 2)

2.3.2. Deneysel Araştırma Yöntemi

Deneysel araştırma uygulaması, saha ve laboratuvar olmak üzere iki farklı ortamda gerçekleştirilmiştir. Saha uygulamasında katılımcılar, fiziksel bir mekânda bir araya getirilmeksizin kendi doğal ortamında araştırmaya katılmıştır. Laboratuvar uygulamasında ise saha uygulaması yapılan aynı katılımcılar derslik ortamında bir araya getirilerek gerçekleştirilmiştir.

Deneysel tasarımlar, belirli bir konu üzerindeki neden-sonuç ilişkisini test etmek amacıyla araştırmacının kendisinin ürettiği test edebildiği bağımlı, bağımsız ve kontrol değişkenleri ile oluşturulan bir ortam derlemesidir. Geleneksel deneysel tasarımlarda kontrol grubu bulunmaktadır. Fakat modern deneysel tasarımlarda deneylerin laboratuvar dışına taşmasıyla birlikte kontrol gruplarının gerektirdiği koşulları sağlamanın olanaksızlığı olduğu görülmüştür. Modern deneysel tasarımlar, kontrol grupları bulunmadan uygulanmaktadır (Karasar, 2016).

Deneysel araştırmalarda, iç ve dış geçerlilik çok önemli bir konudur. İç geçerlilik; bağımlı değişken üzerindeki değişimin, bağımsız değişkende meydana gelen değişimle açıklanabilme derecesidir. Dış geçerlilik ise; araştırmada ulaşılan bulgunun daha büyük gruplara ya da evrene genellenebilme derecesidir (Can,2016).

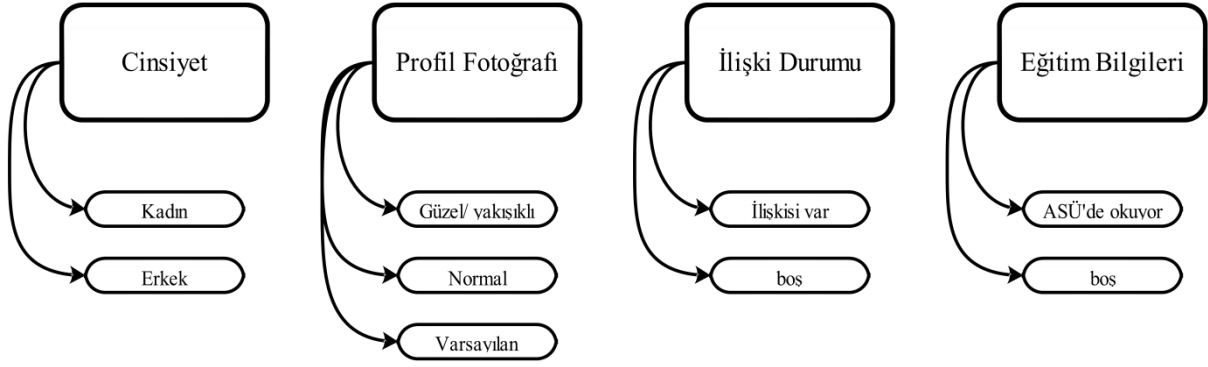
Deneysel araştırma yönteminin iç geçerlilik şartları zaman, olgunlaşma, deney öncesi ölçme, ayrı ölçme araç ve süreçleri, merkeze yönelme, yanlı gruplama, denek kaybı ve gruplandırma-olgunlaşma etkileşimidir (Karasar, 2016). Bu araştırmada, denenen bağımsız değişkenin dışında kalan, araştırmacının kontrolünde olmayan faktörlerin bağımlı değişkeni zamanla etkilemesinin önüne geçilmiştir. Araştırmaya katılan deneklerin zamanla psikolojik değişim ve ruhsal olgunlaşmasına sebep olmamak için araştırma belirlenen sürede tamamlanmıştır. Ayrıca katılımcılar belirlenen örneklem grubu çerçevesinde belirlenmiş, yanlı gruplama yapılmamıştır. Araştırma sürecinde çok fazla denek kaybı yaşanmasına rağmen, toplam katılımcı sayısı düşünüldüğünde az sayıda denek

kaybının olduğu söylenebilir. Araştırma sürecinde yanlı bir gruplama yapılmadığı için, araştırma süresinde katılımcıların olgunlaşma düzeyleri arasında bir farklılık oluşmamıştır.

Araştırmanın dış geçerlilik faktörlerinin etkilendiği faktörler ise; ölçme bağımsız değişken etkileşimi, yanlı seşim- bağımsız değişken etkileşimi, deneme tepkisi ve bağımsız değişkenlerin etkileşimidir (Karasar, 2016). Bu araştırmada, ölçmeyi etkileyecek araştırmacının kontrolünde olmayan bağımsız bir değişkenin araştırma sürecine müdahil olmamasına dikkat edilmiştir. Araştırmadaki deney ve kontrol grupları yanlı belirlenmediğinden dolayı yanlı seşim-bağımsız değişken etkileşimi gerçekteşmemiştir.

Deneysel araştırmanın yapıldığı ortam, geçerliliği etkileyen önemli bir değişkendir. Laboratuvar ortamında gerçekteştirilen bir çalışmanın, iç geçerliliği yüksek olmakla birlikte oluşturulan yapaylık nedeniyle dış geçerlilik sorunu olabilmektedir. Sosyal bilimlerde geleneksel anlamda bir laboratuvar ortamı oluşturma hem kolay olmaması hem de araştırmaya katılanların böyle bir ortamda davranış değişikliğinin olması nedeniyle, elde edilen bilginin evrene genellenebilmesi güçleşebilmektedir. Doğal ortamında yapılan araştırmalarda ise ortamın doğal olması nedeniyle dış geçerlilik artmakla birlikte, değişkenlerin kontrol edilmesinin zor olması nedeniyle iç geçerlilik sorunu ortaya çıkabilmektedir. Araştırma ortamına ilişkin belirtilen dezavantajlar olmasına rağmen, laboratuvar neden-sonuç ilişkisinin en iyi sınıandığı ortam olma niteliğini korumaktadır (Karasar, 2016).

Arkadaşlık isteğinin kabulünü etkileyen faktörleri test etmek amacıyla hayali Facebook hesapları oluşturulmuştur. Bu hayali Facebook hesapları oluşturulurken cinsiyet, profil fotoğrafı, ilişki durumu ve eğitim bilgileri olmak üzere dört faktör kullanılmıştır. Her bir faktör kendi içerisinde sırasıyla 2 (kadın, erkek), 3 (güzel/yakışıklı, normal ve varsayılan profil fotoğrafı), 2 (ilişkisi var, varsayılan) ve 2 (Aksaray Üniversitesi'nde okuyor, varsayılan) düzeyden oluşmaktadır (şekil 4). Araştırmada $2 \times 3 \times 2 \times 2$ faktöriyel tasarım ve $2 \times 3 \times 2 \times 2 = 24$ deneme gerektirdiği için 24 farklı hayali Facebook hesabı oluşturulmuştur (şenoğlu ve Acıtaş, 2014, s.154).



Şekil 4. Hayali hesapların özellikleri

Katılımcılara, her iki uygulama için arkadaşlık isteklerinin gönderileceği hayali Facebook hesapları araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Araştırmacı, bu hesaplardaki kullanıcı isimlerini rastgele belirlemiştir.

Açılan 24 hayali Facebook hesabının yarısının cinsiyeti kadın olarak belirlenmiştir. Benzer şekilde yarısının ilişki durumu bilgileri “ilişkisi var” olarak oluşturulurken, diğer yarısının ilişki durumu ise hiç değiştirilmemiş ve varsayılan şekilde boş bırakılmıştır. Aynı şekilde, hesapların yarısının eğitim bilgileri bölümü “Aksaray Üniversitesi’nde okuyor” olarak belirlenirken, diğer yarısı ise hiç değiştirilmemiş ve varsayılan şekilde boş bırakılmıştır.

Hayali Facebook hesaplarının profil fotoğrafları, bu faktörün 3 düzeyi (güzel/yakışıklı, normal, varsayılan) olması sebebiyle iki düzeyin her biri için 8 Facebook hesabına profil fotoğrafı yüklenmiş ve sekiz Facebook hesabı için ise fotoğraf yüklenmemiş, varsayılan (fotoğrafsız) olarak oluşturulmuştur. Güzellik testinde puanlanan kişilerin fotoğrafları, 16 hayali Facebook hesabının profil fotoğrafı olarak kullanılmıştır. Deneysel araştırmanın iki uygulaması için birbirinden farklı fotoğraflar kullanılmıştır. Bu fotoğrafların seçimi için, güzellik testi sonuçları, kadın ve erkek kendi içerisinde olacak şekilde yüksekten düşüğe doğru sıralanmıştır. Bu sıralama yapılırken erkek katılımcıların kadın kişilerin fotoğraflarına, kadın katılımcıların da erkek kişilerin fotoğraflarına verdikleri puanlar temel alınmıştır. Değerlendirme sonucunda hem kadınlarda hem erkeklerde 1, 2, 9 ve 10. sırada yer alan kişilerin fotoğraflarının kullanılmasına karar verilmiştir. 1 ve 2. Kişilerin fotoğrafları *güzel/yakışıklı* olarak, 9 ve 10. sıradaki kişilerin fotoğrafları da *normal* olarak nitelendirilmiştir.

Hayali hesaplardaki profil fotoğraflarının, ilişki durumlarının ve eğitim bilgilerinin gizlilik ayarları *herkes* olarak ayarlanmıştır. Hesaplar üzerinde belirlenen niteliklerin hayali hesaplara göre dağılımı Tablo 4’te ayrıntılı olarak gösterilmektedir.

Tablo 4. Hayali Facebook Hesapların İsimleri ve Özellikleri

Kullanıcı Adı	Cinsiyet		Profil Fotoğrafı			Eğitim Bilgileri		İlişki Durumu	
	Erkek	Kadın	Güzel/Yakışıklı	Normal	Yok(Varsayılan)	Asü'de okuyor	Boş	İlişkisi var	Boş
Ahmet Fatih Ayaz	•		•				•		•
Hüseyin Karaaslan	•		•				•	•	
Yusuf Uysal	•		•			•			•
Tahir Emre Uzun	•		•			•		•	
Mesut Bilginli	•			•			•		•
Burak Değirmen	•			•			•	•	
Mustafa Oğuz Turhan	•			•		•			•
İbrahim Can Yavuz	•			•		•		•	
Abdullah Budanlı	•				•		•		•
Ahmet Erhan Sezgin	•				•		•	•	
Mehmet Emin Er	•				•	•			•
Yunus Emre Yıldırım	•				•	•		•	
Yasemin Akçınar		•	•				•	•	
Merve Kalkan		•	•				•		•
Türkan Saygın		•	•			•		•	
Gamze Nur Akbulut		•	•			•			•
Şeyma Karakaya		•		•			•	•	
Hatice Uysal		•		•			•		•
Şükran Nur Balcı		•		•		•		•	
Fatma Betül Özdemir		•		•		•			•
Özge Sungurlu		•			•		•	•	
Hayrunnisa Aksun		•			•		•		•
Zeynep Yürekli		•			•	•		•	
Buket Saygılı		•			•	•			•
Toplam Hesap Sayısı	12	12	8	8	8	12	12	12	12

Hesaplara yalnızca belirlenen nitelikler doğrultusunda yüklemeler yapılmış, bilgiler tanımlanmıştır. Hesaplar üzerinden hiçbir paylaşım ve beğeni yapılmamış, deneysel yöntem uygulaması haricinde hiçbir kullanıcıya arkadaşlık isteği gönderilmemiş ve arkadaşlık isteği kabul edilmemiştir. Laboratuvar uygulamalarında hayali Facebook hesabının arkadaşlık isteğini kabul edenler, gerekli raporlamalar tamamlandıktan hemen sonra, hayali hesap tarafından arkadaşlıktan çıkarılmışlardır. Bu şekilde diğer katılımcıların, hayali Facebook hesabı ile ortak arkadaşlarının olmasının önüne geçilmiştir.

Hayali Facebook hesaplarında kullanılacak olan kapak fotoğraflarının herhangi bir siyasi, felsefi, dini, kültürel ve etnik bir mana taşımayan fotoğraflar olmasına dikkat edilmiştir. Bu amaçla, birbirlerinden farklı 6 adet bulutlu gökyüzü fotoğrafı hayali hesapların tamamına rastgele seçilerek yüklenmiştir (EK 3).

2.3.2.1.Saha Uygulaması

Bu aşamanın başında, katılımcılara arkadaşlık isteklerinin gönderileceği hayali Facebook hesaplarına profil fotoğrafları yüklenir. Bunun için “Güzellik testi” sonucunda kadınlarda 1. sırada yer alan kişinin 3 fotoğrafı “Güzel” niteliğine sahip kadın hesaplarına, 9. sırada yer alan kişinin 3 fotoğrafı da “normal” niteliğine sahip kadın hesaplarına yüklenir. Aynı

şekilde, erkekler arasındaki sıralamada 1. sıradaki kişinin 3 fotoğrafı “yakışıklı” niteliğine sahip hesaplara, 9. sırada yer alan kişinin 3 fotoğrafı da “normal” niteliğine sahip erkek hesaplarına yüklenir.

Katılımcılar özel bir sınıf, laboratuvar ya da herhangi fiziksel ve ya sanal bir ortamda bir araya getirilmeksizin, hayatlarının doğal akışı içerisinde test edilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Her bir sınıf düzeyine, farklı günlerde olmak üzere saat 23:00 ve 01:00 saatleri arasında katılımcılara arkadaşlık istekleri gönderilmiştir. Katılımcılar kendi hayatlarının akışı içerisinde hayali Facebook hesaplarından gelen istekleri değerlendirmiş ve sonuçlar araştırmacı tarafından yedi gün boyunca izlenmiştir.

2.3.2.2.Laboratuvar Uygulaması

Bu aşamanın başında, katılımcılara arkadaşlık isteklerinin gönderileceği hayali Facebook hesaplarına profil fotoğrafları yüklenir. Bunun için “Güzellik Testi” sonucunda saha uygulamasının aksine laboratuvar uygulamasında bu sefer kadınlarda 2. sırada yer alan kişinin 3 fotoğrafı *güzel* niteliğine sahip kadın hesaplarına, 10. sırada yer alan kişinin 3 fotoğrafı da *normal* niteliğine sahip kadın hesaplarına yüklenir. Aynı şekilde, erkekler arasındaki sıralamada 2. sıradaki kişinin 3 fotoğrafı *yakışıklı* niteliğine sahip hesaplara, 10. sırada yer alan kişinin 3 fotoğrafı da *normal* niteliğine sahip erkek hesaplarına yüklenir. Saha ve laboratuvar uygulamalarının gerçekleştirme tarihleri arasında zaman farkı olmasına rağmen araştırmacılar, laboratuvar uygulamasında farklı fotoğraflar kullanmak istemişlerdir. Bu şekilde katılımcıların, saha uygulamasında gördükleri kişilerin fotoğraflarını laboratuvar uygulamasında tekrar görüp, bu fotoğrafları tanımalarının önüne geçmek amaçlanmıştır.

Katılımcılar derslik ortamında bir araya getirilmiş ve hayali Facebook hesaplarından katılımcılara arkadaşlık istekleri gönderilmiştir. Daha sonra ise, deney ve kontrol grubunun deney ve kontrol grubunun arkadaşlık kabulünü ve arkadaşlıktan çıkarmayı etkileyen sebeplerine ilişkin iki anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Bu anketlerin “A grubu/ Deney grubu - kabul etmesi istenilen” anketinde, katılımcılardan isteğini kabul ettikleri hesap ile arkadaş kalıp kalmadıklarının, arkadaş kalmalarının ya da arkadaşlıktan çıkarmalarının sebeplerinin ve kendilerine arkadaşlık isteği gönderen hesabın profil fotoğrafını puanlandırmaları istendiği bir anket uygulamasıdır (EK 4).

“B grubu/ Kontrol Grubu - kabul etmede serbest bırakılan” anketinde ise, katılımcılara, arkadaşlık isteğini kabul veya reddetmelerinde etkili olan faktörlerin, kabul ettikten sonra arkadaşlıktan çıkardılarsa çıkarmalarının nedenlerinin ve kendilerine arkadaşlık isteği gönderen hesabın profil fotoğrafını puanlandırmalarının istendiği bir anket uygulamasıdır (EK 5). Hem A hem de B grubuna uygulanan anketlerin her ikisi de araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

2.4. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma, evrenin tümüne ulaşılması zor olduğu için örnekleme yoluna gidilmiştir. Aşağıda, hem anket hem de deneysel araştırma yönteminin örnekleme alt başlıklarda detaylı olarak açıklanmıştır.

2.4.1. Anket Yöntemi

Facebook kullanım anketinin örnekleme, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölüm öğrencileri oluşturmaktadır. Yönetim Bilişim Sistemleri Bölüm öğrencilerinin seçilmesinde, bu bölüm öğrencilerine ulaşmanın kolaylığı, erişilebilirliği ve Facebook kullanımının oranının nispeten yüksek olduğu düşüncesi belirleyici olmuştur.

Güzellik testi anketinin örnekleme ise, Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesinde bulunan Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü ve Maliye Bölümü öğrencileridir. Güzellik testi için bu iki bölümün örneklem grubu olarak belirlenmesinin bazı nedenleri vardır. Bunlar;

- i) Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü öğrencilerinin “Güzellik Testi” içerisinde puanlanan fotoğrafları, kendilerine uygulanacak testten önce görme ihtimalini en aza indirmek,
- ii) İlgili örneklem grubunun, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölüm öğrencileri ile sosyal bağlarının zayıf olması ve akademik disiplinlerinin birbirine çok yakın olmaması olarak belirtilebilir.

2.4.2. Deneysel Araştırma Yöntemi

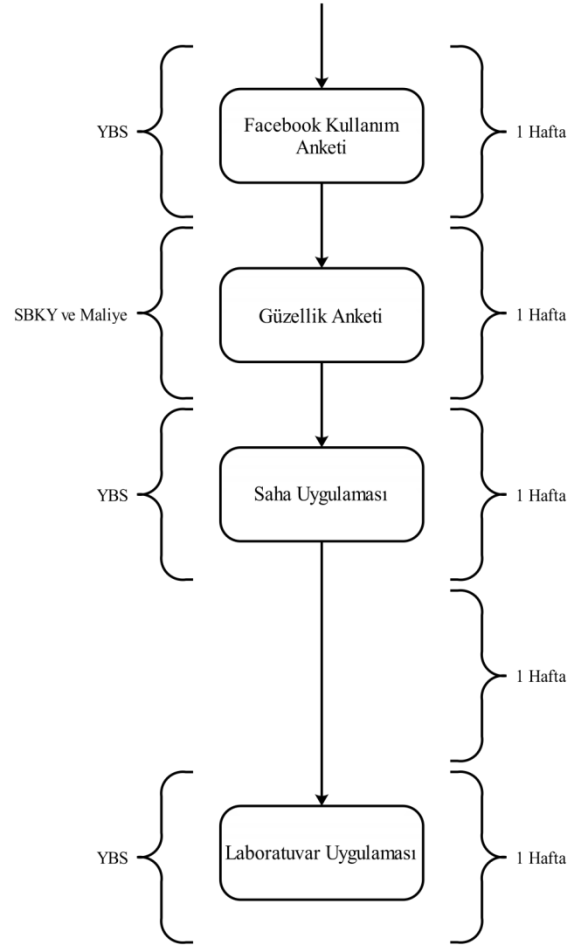
Saha uygulaması ve laboratuvar uygulamasının sonuçlarının birbiri ile karşılaştırılabilmesi ve aralarındaki farklılıklarının analizinin yapılabilmesi amacıyla Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü öğrencileri her iki uygulama için de örneklem grubu olarak belirlenmiştir.

Araştırmacı öncelikle, danışmanının 1, 2, 3 ve 4. sınıf düzeyinde Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü için verdiği dersleri ve bu derslere kayıtlı olan öğrencileri belirlemiştir. Danışmanın yalnızca 1. sınıf düzeyinde dersi olmadığı için, bu sınıf düzeyinde başka öğretim üyelerinden uygulama için destek alınmıştır. Her bir sınıfın ders yoklama listesinden, katılımcıların isimleri alınmıştır. İlk olarak bir Facebook hesabına sahip olan kişiler belirlenmiştir. Daha sonra bu kişilerin Facebook hesapları, oluşturulan hayali Facebook hesaplarında görüntülenmiş ve “Herkes” tarafından arkadaş olarak eklenebilen kişiler tespit edilmiştir. Bu kişiler araştırmanın örneklem grubu listesini oluşturmuştur.

2.5. Veri Toplama Süreci

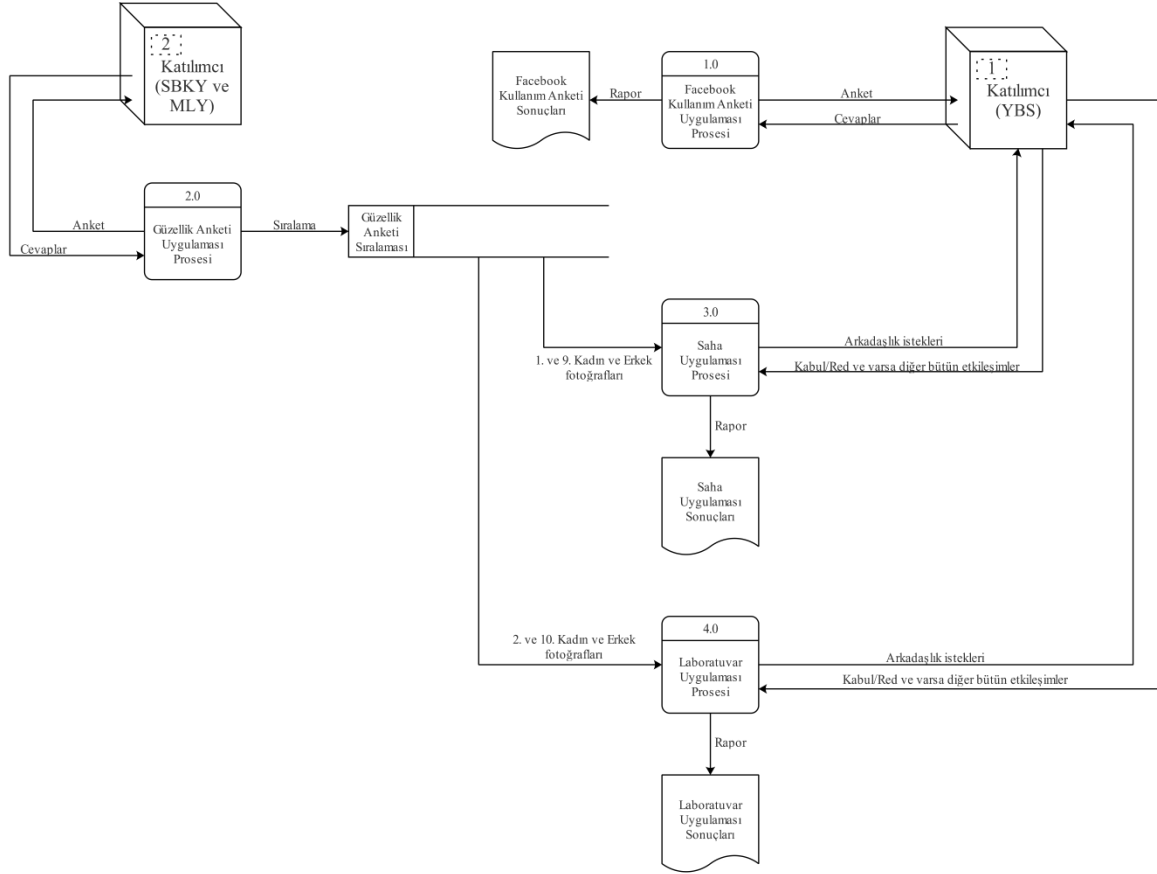
Araştırmanın veri toplama sürecinin başında ilk olarak “Facebook kullanım anketi” uygulanmıştır. Takip eden haftada ise “Güzellik Testi” anketi yapılmıştır. Devamındaki hafta ise deneysel yöntem aşamasının ilk uygulaması olan “Saha uygulaması” gerçekleştirilmiştir (Şekil 5). Bir haftalık aradan sonra ikinci deneysel yöntem uygulaması olan “Laboratuvar uygulaması” gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalar arasında bir hafta beklenmesindeki temel amaç, katılımcıların, çalışmaların birbiriyle bağlantılı olduğunu anlamasını önlenmesiyle çalışmanın güvenilirliğini artırmaktır.

Araştırmada kullanılan veri edinme yöntemi temelinde veri toplama süreci detaylı olarak incelenecektir.



Şekil 5. Araştırmadaki uygulamaların örneklem grupları ve zamansal akışı

Sistem tasarımı şeklinde hazırlanan Şekil 6’da araştırmanın veri toplama süreci detaylı bir şekilde gösterilmiştir.



Şekil 6. Araştırmanın veri toplama süreci

2.5.1. Anket Yöntemi

“Facebook kullanım anketi” ve “Güzellik Testi” uygulamalarının veri uygulama süreci detaylı olarak aşağıda alt başlıklar altında incelenmektedir.

2.5.1.1. Facebook Kullanım Anketi

Katılımcıların Facebook kullanım alışkanlıklarının yanı sıra, Facebook arkadaşlık isteğini kabulünü ve arkadaşlıktan çıkarma kararını etkileyen faktörlerin ortaya çıkarılması amacıyla web tabanlı oluşturulan anket, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü öğrencilerine akıllı telefonlar vasıtasıyla derslik ortamında uygulanmıştır. Akıllı telefonu, interneti ya da her ikisine de sahip olmayan kullanıcılara internet ve/veya akıllı telefon temin edilerek anket uygulanmıştır. Anket 6-10 Mart 2017 tarihleri arasında uygulanmıştır. Anket, öğrencilerin lisans dersleri sırasında dersin hocasının müsaadesi ile uygulandığından, normal öğretim ve ikinci öğretim öğrencilerinin ders programlarındaki saatlerde uygulanmıştır. Fakat genel olarak anketin uygulaması 09:00 ile 21:00 saatleri aralığında

yapılmıştır. Ankete 287 öğrenci katılmıştır. Eksik ve hatalı doldurulan, boş bırakılan 6 anket değerlendirme dışı bırakılarak 281 sağlıklı anket ile değerlendirmeler yapılmıştır.

2.5.1.2. Güzellik Testi

Profil fotoğraflarının puanlandırılması için hazırlanan web tabanlı anket, dersliklerde uygulanmıştır. Anket uygulanırken internet erişimine sahip akıllı telefonlar kullanılmıştır. Akıllı telefonu, interneti ya da her ikisine de sahip olmayan katılımcılara internet ve/veya akıllı telefon temin edilerek anket uygulanmıştır. Anket 7-10 Mart 2017 tarihleri arasında uygulanmıştır. Anket, öğrencilerin ders saatleri içerisinde dersliklerde yapılmasından dolayı, uygulanma saati her sınıf için farklılık gösterse de bütün katılımcılara genel olarak 09:00 ile 21:00 saatleri arasında uygulanmıştır. Eksik ve hatalı doldurulan, boş bırakılan 12 anket değerlendirme dışı bırakılarak 363 sağlıklı anket ile değerlendirmeler yapılmıştır.

2.5.2. Deneysel Araştırma Yöntemi

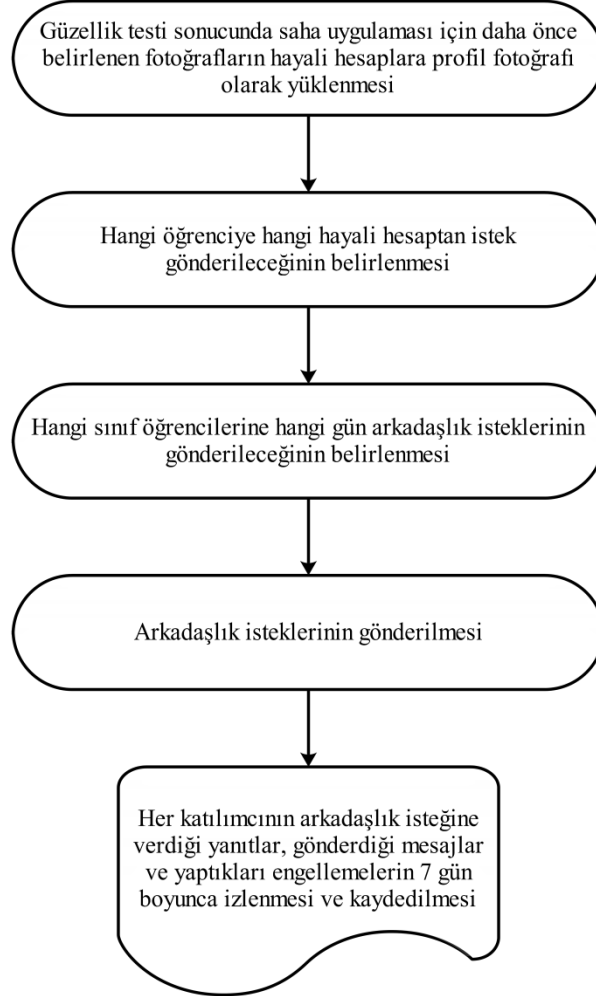
Saha ve laboratuvar uygulamasına ilişkin veri toplama süreci aşağıda detaylı olarak anlatılmaktadır.

2.5.2.1. Saha Uygulaması

Saha araştırma uygulaması için arkadaşlık istekleri, 13-17 Mart 2017 tarihleri arasında, 23:00 ve 01:00 saatleri arasında katılımcılara gönderilmiştir. Bu saatlerde isteklerin gönderilmesinde, günlük hayatın içerisinde her öğrencinin, farklı meşguliyetleri olabileceken, seçilen saatler aralığındaki meşguliyetlerin – sohbet, uyku öncesi ya da uyku gibi- daha sınırlı ve/veya benzer olacağı düşünülmüştür. Bu şekilde katılımcıların, istekleri aldıkları zaman diliminde yoğunlukları açısından kısmi olarak bir standart sağlanması amaçlanmıştır. Bu yolla katılımcıların bir kısmının uyumadan hemen önce, bir kısmının da uyanınca kendilerine gelen arkadaşlık isteklerini değerlendirmesi amaçlanmıştır.

Her bir hayali hesaptan, katılımcıların cinsiyetleri ve sınıfları göz önünde bulundurularak eşit sayıda katılımcıya istek gönderilmesine dikkat edilmiştir. Bu uygulama aşamasında her bir hayali hesaptan yaklaşık olarak 6 katılımcıya istek gönderilmiştir.

Gönderilen istekleri kabul eden, reddeden, istek gönderilen hesaba mesaj gönderen, istek gönderen hesabı engelleyen katılımcılar bir hafta boyunca her gün izlenmiş ve kaydedilmiştir. Şekil 7’de Saha uygulamasının aşamaları gösterilmiştir.



Şekil 7. Saha uygulamasının aşamaları

2.5.2.2. Laboratuvar Uygulaması

Araştırmanın bu safhasında yalnızca deneye katılacak öğrenciler dersliklere alınmıştır. Daha sonra öğrencilere araştırmaya katılımın gönüllülük esasına dayalı olduğu belirtilmiş ve istemeyenlerin araştırmaya katılmayabilecekleri belirtilmiştir. Sonrasında katılımcılara uygulamanın içeriği ve işleyişi ile ilgili bilgilendirme metni uygulama öncesinde tüm katılımcılara okunmuştur (EK 6).

Deney öncesi katılımcıların her birinin kendilerine gelecek olan arkadaşlık isteklerini görebilmeleri için internet bağlantısına sahip bir akıllı telefonu olması gerektiği

belirtmiştir. Akıllı telefonu, interneti ya da her ikisine de sahip olmayan kullanıcılara internet ve/veya akıllı telefon temin edilmiştir.

Her derslikteki katılımcıların, her iki grubun içerisindeki kadın-erkek sayısının eşit olmasına dikkat edilerek A ve B olarak iki gruba ayrılmıştır. B grubuna, kendilerine arkadaşlık isteği gönderen hesabı incelemeleri ve gelen arkadaşlık isteğini kabul edip etmeme konusunda tamamen serbest oldukları söylenmiştir. Diğer grup olan A grubundaki katılımcılara ise, kendilerine arkadaşlık isteği gönderen bu hesabı incelemeden, arkadaşlık isteğini kabul etmeleri, daha sonra ise arkadaş kalıp kalmamakta serbest oldukları söylenmiştir.

Katılımcıların tamamına uygulama sırasında Facebook üzerinden arkadaşlık istekleri gönderilmiş ve cevaplandırma aşaması bittikten sonra ise, B grubundaki katılımcılara, arkadaşlık isteğini kabul veya reddetmelerinde etkili olan faktörlerin ve kendilerine arkadaşlık isteği gönderen hesabın profil fotoğrafını puanlandırmalarının istendiği bir anket uygulanmıştır. Kendilerine gelen arkadaşlık isteğini kabul etmeleri söylenen A grubu katılımcılarına ise, bu hesap ile arkadaş kalıp kalmadıklarının, arkadaş kalmalarının ya da arkadaşlıktan çıkarmalarının sebeplerinin ve kendilerine arkadaşlık isteği gönderen hesabın profil fotoğrafını puanlandırmalarının istendiği bir anket uygulanmıştır.

Araştırmanın bu aşaması, öğrencilerden oluşan örneklem grubunun ders saatleri içerisinde dersin hocasından izin alınarak uygulanmıştır. Uygulama, 27-31 Mart 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Her bir sınıf düzeyinin farklı günlerde dersleri olduğundan dolayı, birbirinden farklı günlerde normal öğretim öğrencileri için 10:00- 15:00, ikinci öğretim öğrencileri için 17:00- 20:00 saatleri arasında uygulanmıştır. Araştırmaya katılacak olan öğrenciler araştırmacı tarafından önceden belirlenmiş olmasına rağmen, uygulama günü devamsızlık yapıp derslikte bulunmayan katılımcılar değerlendirme dışı bırakılmıştır. Nihai olarak 144 katılımcıyla sağlıklı bir şekilde uygulama gerçekleştirilmiştir. Laboratuvar uygulamasının aşamaları Şekil 8’de gösterilmiştir.



Şekil 8. Laboratuvar uygulamasının aşamaları

3. BÖLÜM

ANALİZ, BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

3.1. Facebook Kullanımı Anketi Sonuçları

Bu bölümde Facebook Kullanım Anketi sonucunda elde edilen verilerin analizleri yapılmış ve elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizi, lisanslı SPSS v.20 bilgisayar programı kullanılarak yapılmıştır.

3.1.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Tanımlayıcı istatistikler; katılımcıların demografik özellikleri, Facebook kullanımları, Facebook kullanımına ilişkin değerlendirmeler, Facebook paylaşımına ilişkin değerlendirmeler, arkadaşlık isteğine ilişkin davranışı, arkadaşlıktan çıkarma davranışı, arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımlarına ve arkadaşlık isteğine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

3.1.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 5’te gösterilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde, katılımcıların cinsiyet bakımından eşit olarak dağıldığı görülmektedir. Gelire bakıldığında 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 5. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Katılımcının	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

3.1.1.2. Katılımcıların Facebook Kullanımları

Katılımcıların Facebook kullanımlarına ilişkin bilgiler Tablo 6'da özetlenmektedir. Tablo 6 incelendiğinde, katılımcıların yaklaşık %59'unun, gerçek hayattaki arkadaş sayısının 21 ve daha fazla kişiden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların sosyal ağlarda ortalama 420 arkadaşı olduğu söylenebilir. Bu rakam, katılımcıların büyük çoğunluğunun gerçek hayattaki arkadaş sayısı ile sosyal ağlardaki arkadaş sayısı arasında ciddi bir farklılığın olmadığını göstermektedir. 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, aileleri 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.

Facebook'u ziyaret sıklıklarına bakıldığında ise katılımcıların %37'si günde 1-3 kez Facebook hesaplarına giriş yaparken; yaklaşık %8'i ayda bir veya daha az Facebook'a giriş yapmaktadır.

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 6. Facebook Kullanım Alışkanlıkları

Sorular	Seçenekler	Kişi	Yüzde (%)
Gerçek hayattaki arkadaş sayınız?	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 Facebook paylaşımlarınızı etkiler mi?	Evet	240	85.4
	Hayır	41	14.6
Facebook arkadaşlarınızı nereden tanıyorsunuz?	Gerçek hayattan tanıyorum	155	55.2
	Sosyal ağlardan tanıyorum	160	57
	Hem gerçek hayatta hem sosyal ağlarda tanıyorum	160	46.3
	Hiç tanıyorum	117	41.6
Facebook'a ne kadar sıklıkla giriyorsunuz?	Günde 1-3 kez	104	37
	Günde 4-6 kez	58	20.6
	Günde 7 ve üzeri	48	17.1
	Haftada bir kaç kez	35	12.5
	Haftada bir kez	13	4.6
	Ayda bir kez	5	1.8
	Ayda bir kezden daha az	18	6.4
Facebook'ta ne kadar sıklıkla gönderi paylaşmanız gerektiğini düşünüyorsunuz?	Günde bir kez	9	3.2
	Günde iki kez	9	3.2
	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
Facebook'ta ne kadar sıklıkla gönderi paylaşıyorsunuz?	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
	Haftada bir kaç kez	54	19.2
	Haftada bir kez	32	11.4
Son altı ayda gönderilerinize yorum yapan ya da beğenen kaç arkadaşınız var?	Ayda bir kez	52	18.5
	Ayda bir kezden daha az	130	46.3
	0-19	86	30.6
	20-39	46	16.4
	40-59	51	18.1
	60-79	42	15.9
	80 ve üzeri	56	19.9

3.1.1.3. Katılımcıların Facebook Kullanımına İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcıların Facebook'a ilişkin ifadelerine katılım düzeyleri Tablo 7'de gösterilmektedir. En yüksek katılım oranı, *Facebook'u öğrenmek kolaydır* (%44) ifadesinde görülmektedir.

Katılımcıların en fazla kararsızlık yaşadığı değer yargısı *Facebook'un diğer sosyal ağ sitelerinden daha iyi olduğu* (%35) ifadesidir. Bunu sırasıyla *kullanmaktan hoşlanma*, *tatmin olma* ve *Facebook'u başkalarına tavsiye vermek için kullanma* ifadeleri takip etmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Facebook Kullanımının Değerlendirilmesi

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Emin değilim		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart sapma
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%		
Facebook'u öğrenmek benim için kolaydır.	20	7.1	10	3.6	10	3.6	117	42	124	44	4.1	1.1
Arkadaşlıklarımı sürdürmemde Facebook bana yardımcı olur.	46	16	62	22	54	19	87	31	32	11	3.0	1.3
Facebook'un kullanımı kolaydır.	17	6	11	3.9	18	6.4	125	45	110	39	4.1	1.1
Gönderi paylaşma kolaydır.	15	5.3	9	3.2	13	4.6	126	45	118	42	4.1	1.0
Arkadaşlarımın yaptıklarından haberdar olma konusunda Facebook bana yardımcı olur.	17	6	23	8.2	21	7.5	138	49	82	29	3.9	1.1
Facebook beğendiğim özelliklere sahiptir.	22	7.8	35	13	77	27	110	39	37	13	3.4	1.1
Facebook kaliteli bir sitedir.	25	8.9	38	14	81	29	108	38	29	10	3.3	1.1
Facebook diğer sosyal ağ sitelerinden daha iyidir.	48	17	74	26	99	35	45	16	15	5.3	2.7	1.1
Facebook kullanmaktan hoşlanıyorum.	25	8.9	45	16	91	32	96	34	24	8.5	3.2	1.1
Facebook arkadaşlıklarını sürdürmek için faydalıdır.	37	13	52	19	80	29	91	32	21	7.5	3.0	1.2
Facebook'u başkalarına tavsiye vermek için kullanırım.	60	21	76	27	77	27	58	21	10	3.6	2.6	1.1
Facebook, arkadaşlarımın iletişim bilgilerinin tutulmasında yardımcı olur.	39	14	47	17	55	20	108	38	32	11	3.2	1.2
Facebook'tan tatmin oluyorum.	39	14	69	25	86	31	74	26	13	4.6	2.8	1.1
Facebook'taki arkadaş sayım gerçek hayattaki arkadaş sayımdan fazladır.	55	20	52	19	38	14	90	32	46	16	3.1	1.4
Facebook'ta ihtiyacım olan şeyi bulmam benim için kolaydır.	28	10	28	10	82	29	106	38	37	13	3.3	1.1

Tablo 7'de yer alan diğer ifadelere ilişkin olarak ise genellikle katılımcıların ifadelere katılım oranının daha yüksek olduğu söylenebilir.

3.1.1.4. Katılımcıların Facebook Paylaşımına İlişkin Değerlendirmeler

Katılımcıların Facebook paylaşımlarına ilişkin ifadeler Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 8. Katılımcıların Kendi Facebook Paylaşımların Değerlendirilmesi

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Emin değilim		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum		Ortalama	Standart sapma
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%		
Uygun içerik paylaşırım.	33	11.7	15	5.3	4	1.4	104	37	125	44.5	4.0	1.3
Yediğim yemekleri paylaşırım	115	40.9	107	38.1	26	9.3	29	10.3	4	1.4	1.9	1.0
Doğum günleri ile ilgili paylaşım yaparım.	57	20.3	51	18.1	25	8.9	110	39.1	38	13.5	3.1	1.4
Satın aldığım şeyler ile ilgili paylaşımlar yaparım.	125	44.5	112	39.9	21	7.5	18	6.4	5	1.8	1.8	1.0
Maç skorları ile ilgili paylaşım yaparım.	130	46.3	83	29.5	22	7.8	34	12.1	12	4.3	2.0	1.2
Facebook gönderilerini sık sık paylaşırım.	112	39.9	113	40.2	36	12.8	12	4.3	8	2.8	1.9	1.0
Gönderilerimde sert eleştiri yapmaktan çekinmem.	98	34.9	83	29.5	41	14.6	42	14.9	17	6	2.3	1.3
İşim ile ilgili gönderi paylaşırım.	86	30.6	84	29.9	30	10.7	57	20.3	24	8.5	2.5	1.3
Günlük yaşama dair sıradan paylaşımlar yaparım.	55	19.6	63	22.4	33	11.7	100	35.6	30	10.7	3.0	1.3
Yaptığım sporla ilgili paylaşımlar yaparım.	111	39.5	83	29.5	25	8.9	57	20.3	5	1.8	2.2	1.2
Ticari amaçlı paylaşımlar yaparım.	125	44.5	94	33.5	28	10	26	9.3	8	2.8	1.9	1.1
Paylaşımlarımda bazen kırıcı olduğumu düşünürüm.	124	44.1	98	34.9	23	8.2	29	10.3	7	2.5	1.9	1.1
Cinsiyetçi ifadeler içeren paylaşımlar yaparım.	166	59.1	93	33.1	7	2.5	11	3.9	4	1.4	1.6	0.8
İnancım ile ilgili paylaşımlar yaparım.	105	37.4	80	28.5	24	8.5	47	16.7	25	8.9	2.3	1.4
Para ile ilgili paylaşımlar yaparım.	146	52	107	38.1	18	6.4	7	2.5	3	1.1	1.6	0.8
Politik görüşüm ile ilgili paylaşımlar yaparım.	116	41.3	84	29.9	26	9.3	34	12.1	21	7.5	2.1	1.3
Evcil hayvanlarım ile ilgili paylaşımlar yaparım.	130	46.3	90	32	23	8.2	31	11	7	2.5	1.9	1.1
İrkçi paylaşımlar yaparım	174	61.9	86	30.6	6	2.1	10	3.6	5	1.8	1.5	0.8

Tablo 8 incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğu *ırkçı paylaşım* 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.

3.1.1.5. Katılımcıların Arkadaşlık İsteğine Yönelik Davranışı

Katılımcıların Facebook üzerinden tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerine ilişkin değerlendirmeler Tablo 9’da görülmektedir. Tabloya göre, katılımcıların yaklaşık %1’i tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerini hemen kabul edeceğini söylerken, yaklaşık %50’si inceleyerek kabul edeceğini söylemiştir. Tanımadığı bir kişiden gelen arkadaşlık isteğini kabul etmem diyenlerin yaklaşık oranı ise %49’dur. Bu sonuçlar, tanınmayan kişiden alınan arkadaşlık isteklerinin katılımcılar tarafından kabul/ret edilme

oranlarının birbirine yakın olduğunu göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu, tanımadıkları bir kişiden arkadaşlık isteği geldiğinde mesaj göndermeyeceğini belirtmiştir.

Tablo 9. Facebook'ta Tanınmayan Kişilerden Gelen İsteklere İlişkin Davranış

Sorular	Seçenekler	Kişi	Yüzde (%)
Tanımadığınız bir kişiden arkadaşlık isteği geldiğinde genellikle	Hemen kabul ederim	3	1.1
	İnceleyerek kabul ederim	140	49.8
	Kabul etmem	138	49.1
Tanımadığınız kişiye tanıyamadığınıza ilişkin bir mesaj gönderir misiniz?	Evet, her zaman	89	31.7
	Bazen gönderirim	21	7.5
	Hayır, göndermem	171	60.9
	Sempatiklik	49	6.8
Tanımadığınız hesapları arkadaş olarak kabul etmenizden etkili olan faktörler nelerdir?	Politik görüş	31	4.3
	Dini inanç	28	3.9
	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
	Diğer	13	1.8
Tanımadığınız hesaplardan gelen arkadaşlık isteklerini reddetmenizden etkili olan faktör nedir?	Tanıymıyor 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.

3.1.1.6. Facebook'ta Arkadaşlıktan Çıkarma Davranışı

Katılımcıların arkadaş listesinde bulunan bir hesap ile var olan arkadaşlığını hangi sebeplerden dolayı sonlandırdığına ilişkin sonuçlar Tablo 10'da gösterilmiştir. Tablo 10'a 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) davranışdır. 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 10'a 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.

Ankete katılan 281 kişiden yalnızca 28 kişi arkadaşlıktan çıkardığı kişi ile Facebook'ta arkadaş olma sürecinde ilk olarak kendisinin arkadaşlık isteği gönderdiğini belirtmiştir. 122 katılımcı ise arkadaşlık isteğini arkadaşlıktan çıkardığı kişinin kendisine gönderdiğini belirtmiştir. 101 katılımcı ise ilk arkadaşlık isteğini kimin gönderdiğini hatırlamadığını belirtmiştir.

Tablo 10. Facebook'ta Arkadaşlıktan Çıkarma Davranışı

Sorular	Seçenekler	Katılımcı sayısı	Yüzde (%)
Facebook'ta birisini arkadaşlıktan çıkarttınız mı?	Evet	236	84
	Hayır	45	16
Arkadaşlıktan çıkardığınız son kişi	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
	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
Arkadaşlıktan çıkarttığınız bu kişiyle son bir yılda kaç kez görüştünüz?	10'dan az	62	22.1
	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
Arkadaşlıktan çıkarttığınız bu kişiyle arkadaş olurken ilk isteği kim göndermişti?	Boş	46	16.4
	Ben göndermiştim	28	10
	O göndermişti	122	43.4
	Hatırlamıyorum	101	35.9
Son bir yılda kaç kişiyi arkadaşlıktan çıkardınız?	Boş	30	10.7
	0-9	184	65.5
	10-19	51	18.1
	20-29	17	6
	30 ve üzeri	29	10.3

3.1.1.7. Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Facebook Paylaşımına 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 11'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.

Katılımcıların çoğu, arkadaşlıktan çıkarılan kişinin düzenli yapılan spor, yıl dönümleri, kişiye karşı kaba ifadeler kullanma, kazanılan para ile ilgili sık paylaşım yaptığı ifadelerine katılmamaktadır.

Tablo 11. Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Facebook Paylaşımlarının Değerlendirilmesi

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Emin değilim		Katıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart sapma
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%		
Düzenli yaptığı sporlarla ilgili sık paylaşım yapardı.	65	23.1	150	53.4	39	13.9	19	6.8	8	2.8	2.1	0.9
Kendisinin sattığı bir ürün ya da hizmetin reklamlarını çok sık paylaşırdı.	73	26	136	48.4	23	8.2	34	12.1	15	5.3	2.2	1.1
Sporlarla ilgili maç skorlarını çok sık paylaşırdı.	79	28.1	136	48.4	31	11	22	7.8	13	4.6	2.1	1.1
Yıl dönümleri hakkında sık paylaşım yapardı.	63	22.4	143	50.9	34	12.1	28	10	13	4.6	2.2	1.1
Beni aşağılayıcı paylaşımları sık sık yapardı.	124	44.1	129	45.9	19	6.8	5	1.8	4	1.4	1.7	0.8
Bana karşı kaba ifadeler içeren paylaşımları sık sık yapardı.	112	39.9	143	50.9	18	6.4	8	2.8	0	0	1.7	0.7
Satın aldığı şeyleri sık sık paylaşırdı.	80	28.5	123	43.8	24	8.5	35	12.5	19	6.8	2.3	1.2
İlgimi çekmeyen gönderileri sık sık paylaşırdı.	58	20.6	47	16.7	25	8.9	51	18.1	100	35.6	3.3	1.6
Yemek ile ilgili gönderileri sık sık paylaşırdı.	73	26	137	48.8	27	9.6	27	9.6	17	6	2.2	1.1
Uygunsuz içerikleri sık sık paylaşırdı.	94	33.5	134	47.7	25	8.9	17	6	11	3.9	2.0	1.0
Çok sık gönderi paylaşırdı.	52	18.5	50	17.8	33	11.7	60	21.4	86	30.6	3.3	1.5
Politik görüşü ile ilgili sık paylaşım yapardı.	64	22.8	67	23.8	29	10.3	39	13.9	82	29.2	3.0	1.6
Dini inançları ile ilgili sık paylaşım yapardı.	86	30.6	141	50.2	28	10	14	5	12	4.3	2.0	1.0
Cinsiyetçi ifadeler içeren paylaşımları sık sık yapardı.	90	32	141	50.2	27	9.6	17	6	6	2.1	2.0	0.9
İşile ilgili sık paylaşım yapardı.	70	24.9	140	49.8	32	11.4	21	7.5	18	6.4	2.2	1.1
Kazandığı para ile ilgili sık paylaşım yapardı.	83	29.5	147	52.3	25	8.9	16	5.7	10	3.6	2.0	1.0
Evcil hayvanı ile ilgili sık paylaşım yapardı.	91	32.4	141	50.2	29	10.3	13	4.6	7	2.5	1.9	0.9
İrkçi ifadeler içeren gönderileri sık sık paylaşırdı.	91	32.4	129	45.9	27	9.6	18	6.4	16	5.7	2.1	1.1

3.1.1.8. Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Arkadaşlık İsteğine İlişkin Değerlendirmeleri

Arkadaşlıktan çıkardığı kişinin, arkadaşlık isteğini katılımcının kendisi göndermesine ilişkin değerlendirmeleri Tablo 12'de gösterilmektedir. Buna göre katılımcılar

arkadaşlıktan çıkardıkları kişilere, önceden kendileri arkadaşlık isteği gönderme konusunda, bu isteği gönderirken istekli olmadıklarını (%53.6), bu kişiyle gerçekten etkileşime geçmek istemediklerini (%50) ve aslında bu kişiyle arkadaş olmak için çok da güzel sebepleri olmadığını (%42.9) belirtmişlerdir.

Tablo 12. Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Arkadaşlık İsteğini Katılımcının Kendisi Göndermesi Durumundaki Değerlendirmeler

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Emin değilim		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart sapma	Toplam	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%			Kişi	%
Bu kişiyle arkadaş olma konusunda istekliydim.	1	3.6	15	53.6	5	17.9	3	10.7	4	14.3	2.8	1.2		
Bu kişiyle arkadaş olmak beni heyecanlandırıyordu.	1	3.6	10	35.7	5	17.9	6	21.4	6	21.4	3.2	1.3		
Bu kişiyle etkileşime geçmek istiyordum.	2	7.1	14	50.0	4	14.3	5	17.9	3	10.7	2.7	1.2	28	100
Bu kişiyle arkadaş olmak için oldukça güzel sebeplerim vardı.	2	7.1	12	42.9	7	25.0	3	10.7	4	14.3	2.8	1.2		

Arkadaşlıktan çıkarılan kişinin, kendisine arkadaşlık isteğini gönderdiğini belirten katılımcıların bu isteğe ilişkin değerlendirmeleri Tablo 13'te yer almaktadır.

Tablo 13. Arkadaşlıktan Çıkarılan Kişinin Arkadaşlık İsteği Göndermesi Durumunda Değerlendirmeler

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Emin değilim		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart sapma	Toplam	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%			Kişi	%
Başta bu isteği kabul etme konusunda isteksizdim.	11	9.0	22	18.0	26	21.3	43	35.2	20	16.4	3.3	1.2		
Bu isteği kabul etmeyi asla istemedim.	4	3.3	9	7.4	32	26.2	52	42.6	24	19.7	3.7	1.0		
Bu kişi ile arkadaş olma konusunda herhangi bir düşüncem yoktu.	15	12.3	34	27.9	25	20.5	29	23.8	19	15.6	3.0	1.3	122	100
Bu kişinin benimle neden arkadaş olmak istediğini bilmiyorum.	14	11.5	24	19.7	25	20.5	31	25.4	28	23.0	3.3	1.3		

Bu tabloya göre katılımcılar, arkadaşlık isteğini kabul etme konusunda isteksiz olduklarını (%35.2), aslında kabul etmek istemediklerini (%42.6) ve bu kişinin neden arkadaş olmak istediğini bilmediklerini (%25.4) belirtmişlerdir.

3.1.2. Katılımcıların Facebook Paylaşımları ve Arkadaşlıktan Çıkarma Davranışı için Yapılan Analizler

Çevrimiçi arkadaşlıktan çıkarma davranış ölçeği Sibona ve Walczak (2011)'den alınmıştır. (Sibona ve Walczak, 2011). Anket soruları, *günlük yaşam*, *önemsiz/sık*, *kutuplaştırıcı* ve *uygunsuz* olmak üzere 4 boyuttan oluşmaktadır.

Tablo 14. Arkadaşlıktan Çıkarma Ölçeği için Güvenilirlik Analiz Sonuçları

Faktörler	Cronbach's α
Facebook'ta arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımlarına ilişkin güvenilirlik analizi	
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.	
İşle 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	
Katılımcıların Facebook paylaşımlarına ilişkin güvenilirlik analizi	
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.	
Kutuplaştırıcı	0.638
Facebook gönderilerini sık sık paylaşırım	
Günlük yaşama dair sıradan paylaşımlar yaparım.	

Araştırma için temel alınan çevrimiçi arkadaşlıktan çıkarma davranış ölçeğinin (Sibona ve Walczak, 2011) sahip olduğu boyutlar için, Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda Cronbach's Alpha değeri, $\alpha > 0.6$ 'dan (Bagozzi and Yi, 1988; Hair, Anderson, Tatman ve Black, 1998) küçük olan (*Facebook'ta arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımları* ifadesinin *kutuplaştırıcı* boyutu ile *katılımcıların Facebook paylaşımları* ifadesinin *uygunsuz* ve *önemsiz/sık*) boyutlar değerlendirme dışı bırakılmış ve diğer boyutlar dikkate alınarak analizler yapılmıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha değerleri Tablo 14'te gösterilmektedir.

Katılımcıların Facebook paylaşımları ve arkadaşlıktan çıkarma davranışının sınıf düzeylerine, gelir düzeylerine ve cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğini analiz etmek amacıyla Kruskal Wallis-H Testi ve T-testi yapılmıştır.

3.1.2.1. Kruskal Wallis-H Testi

Katılımcıların Facebook paylaşımları ve arkadaşlıktan çıkarma davranışının sınıf ve gelir düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğini analiz etmek amacıyla Kruskal Wallis-H Testi yapılmıştır. Veriler, parametrik analiz şartlarını sağlamadığı için bu analiz tercih edilmiştir. Aşağıda her bir analiz, ayrıntılı olarak alt başlıklar altında incelenmektedir.

3.1.2.1.1. Sınıf Düzeyine İlişkin için Kruskal Wallis-H Testi

Katılımcıların Facebook üzerindeki arkadaşlıktan çıkarma davranışının ve kendi Facebook paylaşımlarının sınıf düzeylerine göre değişiklik gösterip göstermediğini analiz edebilmek için Kruskal Wallis-H testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 15’te özetlenmiştir.

Tablo 15. Sınıf Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

<i>Kruskal Wallis-H Testi</i>	<i>N</i>	<i>Sıra Ort.</i>	<i>Sd</i>	<i>Ki-Kare</i>	<i>P</i>
<i>Sınıf</i>					
<i>Arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımları ile ilgili ifadeler</i>					
Günlük Yaşam	281		3	2.079	0.556
1	72	132.71			
2	84	148.15			
3	66	135.55			
4	59	147.03			
Uygunsuz	281		3	2.592	0.459
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			
<i>Katılımcıların kendi Facebook paylaşımları ile ilgili ifadeler</i>					
Günlük Yaşam	281		3	0.572	0.903
1	72	144.56			
2	84	135.53			
3	66	142.89			
4	59	142.34			
Kutuplaştırıcı	281		3	2.441	0.486
1	72	132.79			
2	84	144.31			
3	66	151.42			
4	59	134.65			

Tablo 15 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 çıkarma davranışları ile katılımcıların kendi Facebook paylaşımları birbirlerinden anlamlı bir biçimde

farklılaşmamakta olduğu, dolayısıyla birbirleriyle benzer Facebook davranışlarına sahip oldukları söylenebilir.

3.1.2.1.2. Gelir Düzeyine İlişkin için Kruskal Wallis-H Testi

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 16’da özetlenmiştir.

Tablo 16. Gelir Düzeylerine Yönelik Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

<i>Kruskal Wallis-H Testi</i>	<i>N</i>	<i>Sıra Ort.</i>	<i>Sd</i>	<i>Ki-Kare</i>	<i>p</i>
Gelir					
<i>Arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımları ile ilgili ifadeler</i>					
Günlük Yaşam	281		4	4.091	0.394
1700 altı	93	145.88			
1700-2499	95	131.19			
2500-3299	56	155.54			
3300 ve üstü	37	131.85			
Uygunsuz	281		4	3.763	0.439
1700 altı	93	141.49			
1700-2499	95	145.01			
2500-3299	56	148.36			
3300 ve üstü	37	118.28			
Önemsiz/sık	281		4	6.169	0.187
1700 altı	93	153.13			
1700-2499	95	131.01			
2500-3299	56	147.24			
3300 ve üstü	37	139.00			
<i>Katılımcıların kendi Facebook paylaşımları ile ilgili ifadeler</i>					
Günlük Yaşam	281		4	2.662	0.616
1700 altı	93	148.11			
1700-2499	95	133.37			
2500-3299	56	143.38			
3300 ve üstü	37	126.60			
Kutuplaştırıcı	281		4	1.998	0.736
1700 altı	93	143.40			
1700-2499	95	136.84			
2500-3299	56	151.29			
3300 ve üstü	37	130.15			

Katılımcıların gelir düzeyleri açısından arkadaşlıktan çıkardıkları kişinin Facebook paylaşımları ve katılımcının kendi Facebook paylaşımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır.

3.1.2.2. Katılımcının Cinsiyeti için Yapılan T-Testi Analizi

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

Analiz öncesinde Kolmogorov Smirnov Normallik Testi uygulanmıştır. Verilerin her bir boyutu açısından basıklık ve çarpıklık değerleri -2.5 ile +2.5 aralığında seyrettiğinden normallik şartlarını sağladığı kabul edilmiştir (Matis, Birbilis ve Kontogianidis, 2009).

Tablo 17. Cinsiyete İlişkin T-Testi Sonuçları

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

Tablo 17’deki sonuçlar incelendiğinde, arkadaşlıktan çıkarılan kişilerin yalnızca uygunsuz boyutu açısından kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tablo 17 incelendiğinde, 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.

3.2. Deneysel Araştırma Yöntemi Analiz Sonuçları

Bu bölümde, katılımcılara saha ve laboratuvar ortamında gönderilen arkadaşlık isteklerinin sonuçları analiz edilmiş ve raporlanmıştır. Ayrıca hem saha hem de laboratuvar ortamında kullanılacak olan profil fotoğrafları için uygulanan Güzellik Testi sonuçları da bu bölümde ele alınmaktadır.

Güzellik Anketi 7-10 Mart 2017 tarihleri arasında uygulanmıştır. 375 kişi tarafından yanıtlanan Güzellik Anketi sonuçları arasından 12 adet eksik veya hatalı veri temizlenmiş ve sonuçlar 363 geçerli veri üzerinden değerlendirilmiştir. Tablo 18 incelendiğinde, kadın fotoğraflarından 1. ve 2. sıradaki fotoğraflar, ‘güzel’; 9. ve 10. sıradaki fotoğraflar normal olarak değerlendirilirken, benzer bir değerlendirme erkek fotoğrafları açısından yapılmıştır.

Tablo 18. Güzellik Anketi Sonuçları

<i>Fotoğrafları değerlendirilenler</i>		
<i>Kadın</i>	<i>Ortalama Puan</i>	<i>Sıralama</i>
1 no'lu Kadın	4.86	8
2 no'lu Kadın	5.54	4
3 no'lu Kadın	5.06	7
4 no'lu Kadın	4.50	9
5 no'lu Kadın	5.21	6
6 no'lu Kadın	5.92	3
7 no'lu Kadın	4.12	10
8 no'lu Kadın	5.30	5
9 no'lu Kadın	6.54	2
10 no'lu Kadın	6.89	1
<i>Erkek</i>		
1 no'lu Erkek	2.34	10
2 no'lu Erkek	3.03	9
3 no'lu Erkek	5.35	3
4 no'lu Erkek	3.80	5
5 no'lu Erkek	4.89	4
6 no'lu Erkek	3.06	8
7 no'lu Erkek	5.90	2
8 no'lu Erkek	3.41	6
9 no'lu Erkek	3.11	7
10 no'lu Erkek	6.07	1

3.2.1. Saha Uygulaması Sonuçları

Saha uygulaması sonuçları, tanımlayıcı istatistikler ve araştırma hipotezlerini test etmek için yapılan analiz sonuçları olmak üzere iki alt başlık altında incelenmektedir.

3.2.1.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Saha uygulamasına ilişkin tanımlayıcı istatistikler bu alt başlıklar halinde detaylı bir şekilde incelenmektedir.

3.2.1.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılanların yaklaşık olarak %63'ü erkektir. Sınıf düzeyi açısından ise katılımcılar arasında ciddi bir oransal farklılığın olmadığı görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık olarak %65'inin ailesinin aylık ortalama geliri 2500 TL'den azdır.

Tablo 19. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

<i>Katılımcının</i>	<i>Seçenekler</i>	<i>Kişi sayısı</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Cinsiyet	Kadın	53	36.8
	Erkek	91	63.2
Sınıf	1	35	24.3
	2	40	27.8
	3	35	24.3
	4	34	23.6
Gelir	1700 altı	43	29.9
	1700 - 2499	51	35.4
	2500 - 3299	29	20.1
	3300 ve üstü	21	14.5

3.2.1.1.2. Saha Uygulamasına İlişkin Genel Sonuçlar

Saha uygulaması sonucunda katılımcıların kendilerine gelen arkadaşlık isteklerine verdikleri cevaplar ve bu cevaplar ile ilgili bazı istatistikler Tablo 20’de gösterilmektedir.

Tablo 20. Saha Uygulaması Genel Sonuçlar.

	<i>Katılımcı</i>	<i>Sonuç</i>							<i>Diğer Bilgiler</i>		
		<i>Kabul</i>		<i>Ret</i>		<i>Bekleyen</i>			<i>Ort. cevap süresi (gün)</i>	<i>Engel</i>	<i>Mesaj</i>
<i>Cinsiyet</i>	<i>Sayı</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>			
Kadın	53	36.8	6	11.3	28	52.8	19	35.8	3.8	19	1
Erkek	91	63.2	45	49.4	23	25.3	23	25.3	3.1	14	1
Toplam	144	100	51	35.4	51	35.4	42	29.2	3.4	33	2

Saha uygulamasına katılan katılımcıların yaklaşık %63’ü erkek, %37’si kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Kadın katılımcıların yaklaşık %11’i arkadaşlık isteğini kabul ederken, erkeklerde arkadaşlık isteğini kabul edenlerin oranı yaklaşık %49’dur.

Katılımcıların yaklaşık %35’i kendilerine gelen arkadaşlık isteklerini reddetmişlerdir. Bu oran erkeklerde %25 iken, kadınlarda oran %53 ile çok daha yüksektir.

Kendilerine gönderilen arkadaşlık isteklerine 7 gün boyunca herhangi bir cevap vermeyen katılımcıların oranı ise yaklaşık %29’dur. Kadınların %36’sı, erkeklerin de %25’i kendilerine gelen arkadaşlık isteklerine bir hafta boyunca herhangi bir cevap vermemiş ve arkadaşlık isteği gönderen hesap ile hiçbir etkileşime girmemişlerdir.

Katılımcıların arkadaşlık isteklerine ortalama cevap verme süreleri 3 ile 4 gün arasındadır. Kadınlarda 19, erkeklerde 14 ve toplamda 33 katılımcı, kendilerine arkadaşlık isteği gönderen hesabı engellemiştir. Kadın ve erkek katılımcılardan birer kişi istek gönderen hesaba “tanıyamadım, kimsiniz?” benzeri mesaj göndermiştir.

Arkadaşlık isteklerinin gönderildiği hesapların nitelikleri üzerinden kabul ve retler analiz edilmiştir ve sonuçlar Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21. İstek Gönderilen Hesabın Niteliği Açısından Saha Uygulaması Sonuçları

<i>İstek Gönderilen Hesabın Niteliği</i>	<i>İstek Gönderilen Katılımcı Sayısı</i>	<i>Sonuç</i>					
		<i>Kabul</i>		<i>Ret</i>		<i>Bekleyen</i>	
		<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>
<i>Cinsiyeti</i>							
Kadın	72	28	38.9	26	36.1	18	25.0
Erkek	72	23	31.9	25	34.7	24	33.3
<i>Profil Fotoğrafı</i>							
Güzel/yakışıklı	48	21	43.8	18	37.5	9	18.8
Normal	48	16	33.3	17	35.4	15	31.3
Fotoğraf yok	48	14	29.2	16	33.3	18	37.5
<i>Eğitim Durumu</i>							
Asü’de okuyor	72	27	37.5	26	36.1	19	26.4
Boş	72	24	33.3	25	34.7	23	31.9
<i>İlişki Durumu</i>							
İlişkisi var	72	25	34.7	22	30.6	25	34.7
Boş	72	26	36.1	29	40.3	17	23.6
<i>Toplam</i>							
	144	51.0	35.4	51.0	35.4	42.0	29.2

Tablo 21 incelendiğinde, kadın hesaplardan gönderilen arkadaşlık istekleri yaklaşık %39 kabul alırken, erkek hesaplardan gönderilen arkadaşlık istekleri ise %32 kabul almıştır. Kadın hesaplardan gönderilen isteklerin daha fazla kabul aldığı görünse de her iki hesabın cinsiyet niteliği açısından önemli derecede farklılık olmadığı söylenebilir. Güzel/yakışıklı profil fotoğrafına sahip hesaplardan gönderilen arkadaşlık isteklerinin yaklaşık %44’ü kabul alırken, bu oran fotoğrafı olmayan hesaplardan gönderilen isteklerde %29.2 olmuştur. Arkadaşlık isteğinin kabulü noktasında güzel/yakışıklı profil fotoğrafının arkadaşlık isteğinin kabulü noktasında çok daha olumlu etkiye sahip olduğu söylenebilir. Normal profil fotoğrafına sahip hesaplar ise hiç fotoğrafı olmayan hesaplardan daha fazla kabul almıştır. Güzel/yakışıklı olmasa dahi, istek gönderen hesabın herhangi bir profil fotoğrafına sahip olması isteği kabul etme oranını artırdığını ifade etmek mümkündür.

Eğitim durumu Asü’de okuyor olarak düzenlenen hesaplardan gönderilen istekler ile eğitim durumu boş bırakılan hesaplardan gelen isteklerin kabul alma oranları sırasıyla %37.5 ve %33.3 olduğu görülmektedir. Aynı üniversitede eğitim alma durumunun arkadaşlık isteklerinin kabul edilmesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu söylenemez. Benzer şekilde ilişki durumu ilişkisi var olarak tanımlanan ve ilişki durumu boş bırakılan hesaplardan gönderilen isteklerin aldıkları kabul oranlarının neredeyse eşit olduğu

görülmektedir. İlişki durumunun arkadaşlık isteğini kabul etme noktasında bir etkiye sahip olduğu söylenemez.

3.2.1.2. Saha Uygulamasına İlişkin Yapılan Analizler

Bu bölümde, saha uygulaması sonucunda elde edilen veriler lojistik regresyon, t-testi, tek yönlü anova ve Ki-Kare testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar, her bir analiz yöntemi için ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

3.2.1.2.1. Saha Uygulamasına İlişkin Lojistik Regresyon Analizi

Lojistik regresyon, katılımcıların saha uygulamasında Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerini kabul etme olasılıkları üzerinde bazı unsurların etkisini değerlendirmek için yapılmıştır.

Tablo 22. Saha Ortamında İstek Gönderen Kişinin Özellikleri Temelinde Yapılan Lojistik Regresyon Sonuçları Tablosu

	<i>B</i>	<i>S.E</i>	<i>Wald</i>	<i>s.d</i>	<i>p</i>	<i>İhtimal oranı</i>	<i>%95 C.I İhtimal Oranı İçin</i>	
							<i>Düşük</i>	<i>Yüksek</i>
İsteği gönderenin cinsiyeti	.31	.35	.77	1	.38	1.36	.68	2.72
İsteği gönderenin ilişkisi	-.06	.35	.03	1	.86	.94	.23	1.23
İsteği gönderenin eğitimi	.18	.35	.28	1	.60	1.21	.60	2.41
İsteği gönderenin fotoğrafı yok	-	-	2.36	2	.31	-	-	-
İstek gönderenin normal fotoğraf	-.64	.43	2.19	1	.14	.53	.23	1.23
İstek gönderenin güzel/yakışıklı fotoğraf	-.45	.42	1.10	1	.29	.64	.28	1.47
Sabit	-.47	.43	1.23	1	.27	.63		

Tüm bağımsız değişkenleri içeren tam model istatistiksel olarak anlamlı değildir ($X^2(5, N=144) = 3.44; p= 0.63 > 0.05, 0.001$). Buna göre yokluk hipotezi reddedilememekte, kestirilen öznel modelin genel anlamlılığının olmadığı görülmektedir. Sonuç olarak; modele eklenen bağımsız değişkenler arkadaşlık isteğinin kabul edilebilirliği üzerine katkı sağlamamaktadır.

Bir bütün olarak model, arkadaşlık kabulü ile ilgili varyansın %2.4 (Cox ve Snell R^2) ile 3.2 (Nagelkerke R^2) arasında bir kısmını açıklayabilmekte; diğer bir ifadeyle arkadaşlık isteğini kabul etme/etmeme değişkenindeki değişimin yaklaşık %2 ile %3'ü, modele eklenen bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Analiz sonucunda, katılımcıların %64,6'sı doğru biçimde sınıflandırabilmiştir.

Tablo 23'te gösterildiği gibi bağımsız değişkenlerin hiçbiri modele anlamlı katkı sağlamamıştır ($p>0.05$; 0.001). Bir arkadaşlık isteğini kabul etmenin en güçlü açıklayıcısı, isteği gönderen kişinin cinsiyetidir ve bu değişkenin ihtimal oranı 1.36'dır. Bu değer şunu göstermektedir; isteği gönderen kişinin erkek olması, arkadaşlık isteğini kabul etme olasılığını artıran bir faktördür. Diğer bir ifadeyle, erkek bir profilden gönderilen arkadaşlık isteğinin kadın profilden gönderilene göre kabul edilme olasılığı, 1.36 kat daha fazladır.

Eğitim durumu bölümünde “eğitim durum bilgisi” bulunanların, bulunmayanlara göre isteğinin kabul edilme olasılığı 1.21 kat daha fazladır. İsteği gönderen kişinin ilişkisinin olması durumunda, bu kişiden gelen arkadaşlık isteğinin kabul edilme olasılığı, ilişkisi olmayana göre .94 kat daha azdır.

Araştırma kapsamında; isteği gönderen kişilerin bir kısmının profil fotoğrafı bulunmadığı, bir kısmının güzellik açısından “normal” olarak nitelenen profil fotoğrafına sahip oldukları ve bir kısmının da “güzel” olarak nitelenen profil fotoğrafına sahip oldukları durumda arkadaşlık isteğinin kabul edilme olasılığı saha uygulaması açısından da incelenmiştir. ‘Profil fotoğrafı olmama’ durumu referans kategori olmak üzere şu sonuçlar elde edilmiştir: İsteği gönderenin ‘normal’ olarak nitelenen bir profile sahip olması, profil fotoğrafı olmayanlara göre kabul etme olasılığını düşüren bir faktördür ve 0.53 kat daha azdır. Benzer şekilde, isteği gönderenin ‘güzel’ olarak nitelenen bir profile sahip olması ise, profil fotoğrafı olmayanlara göre kabul etme olasılığı düşüren bir faktördür ve 0.64 kat daha azdır.

Tablo 23. Saha Ortamında Arkadaşlık İsteği Alan Kişilerin Özellikleri Temelinde Yapılan Lojistik Regresyon Sonuçları

	<i>B</i>	<i>S.E</i>	<i>Wald</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>İhtimal oranı</i>	<i>%95 C.I İhtimal Oranı İçin</i>	
							<i>Düşük</i>	<i>Yüksek</i>
Katılımcının cinsiyeti	2.06	.50	17.18	1	.00	7.84	2.96	20.76
Katılımcının sınıfı	-.40	.24	2.85	1	.09	.67	.42	1.07
Katılımcıların geliri	.06	.17	.13	1	.72	1.06	.577	1.48
Sabit	-3.07	3.36	.83	1	.36	.05		

Lojistik regresyon, saha uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerini, isteği alan kişilerin özellikleri temelinde kabul etme olasılıkları değerlendirmek için yapılmıştır. Tüm bağımsız değişkenleri içeren tam model istatistiksel olarak anlamlıdır ($X^2(6, N=144) =28.74$; $p=0.00<0.05$, 0.001). Buna göre yokluk hipotezi reddedilmekte, kestirilen öznel modelin genel anlamlılığının olduğu görülmektedir. Sonuç olarak modele

eklenen bağımsız değişkenler arkadaşlık isteğinin kabul edilebilirliği üzerine katkı sağlamaktadır.

Bir bütün olarak model, arkadaşlık kabulü ile ilgili varyansın %18'ini (Cox ve Snell R^2) ile %25 (Nagelkerke R^2) arasında bir kısmını açıklayabilmekte; diğer bir ifadeyle, arkadaşlık isteğini kabul etme/etmeme değişkenindeki değişimin %18 ile %25'i, modele eklenen bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Analiz sonucunda, katılımcıların %68.1'i doğru bir biçimde sınıflandırabilmiştir.

Tabloda gösterildiği gibi bağımsız değişkenlerden yalnızca isteği alan kişinin cinsiyeti modele anlamlı katkı sağlamıştır ($p < 0.05$; 0.001). Bir arkadaşlık isteğini kabul etmenin en güçlü açıklayıcısı, isteği alan kişinin cinsiyetidir. İsteği alan kişinin erkek olması, arkadaşlık isteğini kabul etme olasılığını artıran bir faktördür. Diğer bir ifadeyle, erkeklerin arkadaşlık isteğini kabul etme olasılığı, kadınlara göre 7.84 kat daha fazladır.

İsteği alan kişilerin sınıf düzeyindeki artış, arkadaşlığı kabul etme olasılığını düşürmektedir. İsteği alan kişilerin gelir düzeyindeki artış ise, arkadaşlık isteğini kabul etme olasılığını artıran faktörlerdir.

3.2.1.2.2. Saha Uygulamasına İlişkin Bağımsız Grup T-Testi Sonuçları

Katılımcıların Facebook'ta tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilmesi üzerinde istek gönderilen hesabın cinsiyeti, eğitim durumu ve ilişki durumu açısından farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla T-Testi uygulanmıştır.

Analiz öncesinde parametrik analiz şartlarının sağlanıp sağlanmadığına bakılmıştır. Veriler için Kolmogorov Smirnov Normallik Testi uygulanmıştır. Verilerin her bir boyutu açısından basıklık ve çarpıklık değerleri -2.5 ile +2.5 aralığında seyrettiğinden dolayı normallik şartlarını sağladığı kabul edilmiştir (Matis, Birbilis ve Kontogianidis, 2009). Verilerin varyanslarının eşit dağıldığı görülmüştür. T-testi sonuçları Tablo 24'te gösterilmektedir.

Tablo 24. İstek Gönderen Hesabın Nitelikleri Bağımsız Grup T-Testi Sonuçları

<i>T-Testi</i>		<i>Toplam</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Std. sapma</i>	<i>t-değeri</i>	<i>p</i>
<i>Cinsiyet</i>	Kadın	72	1.62	0.49	-0.86	0.38
	Erkek	72	1.68	0.46		
<i>Eğitim</i>	ASÜ'de okuyor	72	1.62	0.48	-0.52	0.60
	Boş	72	1.66	0.47		
<i>İlişki</i>	İlişkisi var	72	1.65	0.47	0.173	0.86
	Boş	72	1.63	0.48		

Tablo 24 incelendiğinde, arkadaşlık isteğinin kabul edilmesi konusunda istek gönderilen hesapların cinsiyeti, eğitim durumu ve ilişki durumu açısından anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($p>0.05$). İstek gönderilen hesabın cinsiyetinin kadın veya erkek olmasının, eğitim durumunun ASÜ'de okuyor veya boş olmasının ve ilişki durumunun ilişkisi var veya boş olmasının isteğin kabul edilmesi üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturmadığı görülmektedir.

2.1.1.1.1. Saha Uygulamasına İlişkin Tek Yönlü Anova Testi

Bu bölümde, katılımcının sınıf ve gelir düzeyinin kendisine gelen arkadaşlık isteğini kabul etme konusunda bir farklılığa sebep olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Tek Yönlü Anova analizi sonuçları ele alınmıştır.

İstek gönderilen hesabın profil fotoğrafının isteğin kabul edilmesi açısından bir farklılığa sebep olup olmadığını tespit etmek amacıyla uygulanan Tek Yönlü Anova sonuçları da bu bölümde ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

Analiz öncesinde parametrik analiz şartları açısından gerekli kontroller yapılmıştır. Kolmogorov Smirnov Normallik Testi uygulanmıştır. Verilerin her bir boyutu açısından basıklık ve çarpıklık değerleri -2.5 ile +2.5 aralığında seyrettiğinden dolayı normallik şartlarını sağladığı kabul edilmiştir (Matis, Birbilis ve Kontogianidis, 2009). Verilerin varyanslarının eşit dağıldığı görülmüştür.

3.2.1.2.2.1. Katılımcının Demografik Özellikleri için Tek Yönlü Anova Testi

Katılımcıların arkadaşlık isteğini kabul etme durumlarının sınıf ve gelir düzeyleri açısından farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla tek yönlü anova testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 25'te gösterilmektedir.

Tablo 25. Katılımcıların Demografik Özellikleri için Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

<i>Tek Yönlü Anova</i>		<i>Toplam</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Std. sapma</i>	<i>p</i>
<i>Sınıf</i>					
	1	35	1.48	0.08	
	2	40	1.65	0.07	
	3	35	1.77	0.07	0.09
	4	34	1.67	0.08	
<i>Gelir</i>					
	1700 ve altı	43	1.62	0.48	
	1700 - 2499	51	1.64	0.47	
	2500 - 3299	29	1.68	0.48	0.94
	3300 ve üstü	21	1.61	0.49	

Analiz sonuçları incelendiğinde, kendilerine gelen arkadaşlık isteklerini kabul etmeleri katılımcıların hem sınıf ve hem de gelir düzeyleri açısından farklılık göstermemektedir ($p>0.05$). Sınıf ve gelir düzeyleri değiştikçe katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerini kabul davranışlarının farklılaşmadığı söylenebilir.

3.2.1.2.2. İstek Gönderen Hesabın Nitelikleri için Tek Yönlü Anova Testi

Arkadaşlık isteğinin kabul edilme durumunun, arkadaşlık isteği gönderilen hesabın profil fotoğrafı açısından farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla Tek Yönlü Anova testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 26’da gösterilmektedir.

Tablo 26. Profil Fotoğrafı için Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

<i>Tek Yönlü Anova</i>		<i>Toplam</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Std. sapma</i>	<i>p</i>
<i>Profil Fotoğrafı</i>					
	Güzel/yakışıklı	48	1.56	0.50	
	Normal	48	1.66	0.47	0.31
	Fotoğraf yok	48	1.70	0.45	

Tablo 26 incelendiğinde, arkadaşlık isteğinin kabul edilme durumu, istek gönderilen hesabın fotoğrafı açısından bir farklılık göstermemektedir ($p>0.05$). İstek gönderilen hesabın profil fotoğrafının güzel/yakışıklı, normal veya fotoğrafsız olmasının, gönderilen isteğin kabul edilme durumu üzerinde anlamlı bir farklılık göstermediği söylenebilir.

3.2.1.2.3. Saha Uygulamasına İlişkin Ki-Kare Testi

Ki-Kare analizleri sonucunda, sonuçlar için kabul edilen testlerin belirlenmesinde öncelikle testin satır ve sütun büyüklüğü belirleyicidir. Testler 2x2 ve 2x2’den daha büyük boyutlu tablolar için birbirlerinden ayrılmaktadır.

2x2 tablolar için, en küçük teorik frekansın büyüklüğüne bakılarak yorumlanmıştır. Eğer bu değer 5’ten küçük ise Fisher Exact testine, 5 ile 25 arasında ise Yates Ki-Kare

(continuity correction) testine ve 25'ten büyük ise de Pearson Ki-Kare testi sonuçlarına bakılarak değerlendirmeler yapılır. 2x2'den daha büyük satır ve sütunlu tabloların Ki-Kare analizi için ise, teorik frekanslar içerisinde 5'ten küçük olanların yüzdesi 20'den küçükse Pearson Ki-Kare testi sonuçları kabul edilir. %20 den büyükse exact yöntemi kullanılarak yeniden test edilir (Karagöz, 2015). Bu test sonucunda Pearson Ki-Kare test satırından "Exact" sütunundaki önem derecesi sonuçları esas alınarak yorumlamalar yapılmıştır.

Veriler normallik şartlarını sağlamadığı için Ki-Kare testi kullanılmıştır. Katılımcıların cinsiyetlerinin tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığını analiz etmek amacıyla Ki-Kare testi uygulanmıştır.

Tablo 27. Katılımcının Cinsiyeti için Ki-Kare Testi Sonuçları

Sütun	Satır	(2x2)	>(2x2)	Bakılan test	Değer	sd	p	
		Satır x Sütun	Minimum Beklenen Değer					5'ten Küçük Beklenen Değer %
Cinsiyet	Sonuç	(2x2)	18.77	%0	Continuity Correction	19.65	1	0.00

Tablo 27'deki sonuçlar incelendiğinde, tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteğini kabul etme konusunda kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). Erkekler tanımadıkları kişilerden gelen istekleri kabul etmeye daha eğilimli iken, kadınların erkeklere göre isteği daha çok reddetme eğilimi olduğu söylenebilir.

3.2.2. Laboratuvar Uygulaması Sonuçları

Laboratuvar uygulaması sonucunda elde edilen veriler alt başlıklar halinde bu bölümde analiz edilmiştir.

3.2.2.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcıların demografik özellikleri, arkadaşlık isteklerine ilişkin genel düşünceleri ve uygulamaya katılanlara ait genel sonuçlar alt başlık ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

3.2.2.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların yaklaşık %37'si kadındır. Katılımcıların sınıf düzeyleri birbirine oldukça yakın oranlardadır. Katılımcıların yaklaşık olarak %65'inin ailesinin aylık ortalama geliri 2500 TL'den azdır.

Tablo 28. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

<i>Katılımcının</i>	<i>Seçenekler</i>	<i>Kişi sayısı</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Cinsiyet	Kadın	53	36.8
	Erkek	91	63.2
Sınıf	1	35	24.3
	2	40	27.8
	3	35	24.3
	4	34	23.6
Gelir	1700 altı	43	29.9
	1700 - 2499	51	35.4
	2500 - 3299	29	20.1
	3300 ve üstü	21	14.5

3.2.2.1.2. Katılımcıların Arkadaşlık İsteğine İlişkin Genel Düşünceleri

Katılımcıların çoğu, arkadaşlık isteği geldiğinde, kendilerinin dikkatlerini çeken ilk şeyin profil fotoğrafı olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, kendilerine gelen isteği reddeden ya da kabul etmesi istenip daha sonra kararında serbest bırakılan kişilerin çıkartma kararlarını etkileyen en önemli faktör, arkadaşlık isteği gönderen kişinin daha önceden tanınmamasıdır.

Tablo 29. Katılımcıların Kendilerine İstek Gönderilen Hesaplar Hakkındaki Düşünceler.

<i>İfadeler</i>	<i>Seçenekler</i>	<i>Kişi sayısı</i>	<i>Yüzde (%)</i>
İlk dikkatimi çeken	Profil fotoğrafı	58	40.3
	Cinsiyeti	14	9.7
	Aynı üniversitede okuyor olmak	32	22.2
	İlişkisi	7	4.9
	Yok	33	22.9
Reddetme/ çıkarma sebebi	Tanımiyorum	65	55.6
	Ortak Arkadaş yok	8	6.8
	Güvensizlik	34	29.1
	Karşı cins	3	2.6
	Diğer	7	6
Fotoğrafa verdiği puan	1	6	4.2
	2	59	41
	3	13	9
	4	35	24.3
	5	31	21.5

Katılımcılar, arkadaşlık isteklerini profil fotoğrafları açısından da değerlendirmişlerdir. Bu değerlendirme sonucunda katılımcıların yaklaşık %55'i profil fotoğraflarına 3 ve üzeri puan vermiştir.

3.2.2.1.3. Laboratuvar Uygulamasına İlişkin Genel Sonuçlar

Araştırmanın katılımcılar ile derslik ortamında uygulandığı laboratuvar kısmına ait sonuçlar aşağıdaki gibidir. Toplam 144 öğrenci üzerinde uygulama gerçekleştirilmiştir. Laboratuvar uygulamasının katılımcıların cinsiyetleri açısından sonuçları Tablo 30'da gösterilmektedir.

Tablo 30 incelendiğinde, laboratuvar uygulamasına katılan kadınların yaklaşık %11'inin kendilerine gönderilen arkadaşlık isteğini kabul ettiği, erkeklerde ise bu oranın yaklaşık %23 olduğu görülmektedir. Kadın katılımcılar arasından bir katılımcı kendisine istek gönderen hesabı engellerken, erkek katılımcılardan üçü istek gönderen hesaba mesaj göndermiştir. Yalnızca bir katılımcı laboratuvar ortamındaki uygulama süresi boyunca arkadaşlık isteğine herhangi bir cevap vermemiştir.

Tablo 30. Katılımcıların Cinsiyeti Açısından Laboratuvar Uygulama Sonuçları

<i>Katılımcının Cinsiyeti</i>	<i>Katılımcı Sayısı</i>	<i>Sonuç</i>							
		<i>Kabul</i>		<i>Ret</i>		<i>Bekleyen</i>		<i>Diğer</i>	
		<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Engel</i>	<i>Mesaj</i>
Kadın	53	6	11.3	47	88.7	0	0	1	0
Erkek	91	21	23.1	69	75.8	1	1.1	0	3
Toplam	144	27	18.8	116	80.6	1	0.7	1	3

Arkadaşlık isteğini kabul etmeleri istenilen katılımcılar ile serbest karar veren katılımcıların laboratuvar ortamında arkadaşlık isteklerine verdikleri cevaplar Tablo 31'de gösterilmektedir. Laboratuvar uygulamasında katılımcıların yarısına arkadaşlık isteğine verecekleri cevap konusunda serbest karar vermesi sağlanmıştır. Diğer yarısına ise gelen isteği kabul etmeleri, isterlerse daha sonrasında ise bu kişiyi arkadaşlıktan çıkarabilecekleri söylenmiştir. Bu sebeple katılımcıların yarısından (72) arkadaşlık isteğini kabul etmesi istenirken, diğer yarısı (72) serbest bir şekilde karar vermiştir. Arkadaşlık isteğini kabul etmesi istenilen katılımcıların hepsi isteği kabul etmiştir. Arkadaş kalma konusunda serbest bırakıldıklarında eğer istek gönderen kişiyi arkadaşlıktan çıkarttıysalar “çıkarıcı” sütununda gösterilmiş, arkadaş kalmaya devam ettiyseler “kabul” sütununda gösterilmiştir.

Tablo 31. İsteği Kabul Etmesi İstenilen ve Serbest Karar Veren Katılımcılar için Laboratuvar Uygulaması Analiz Sonuçları

<i>Test grubu</i>	<i>Katılımcı Sayısı</i>	<i>Sonuç</i>								<i>Diğer</i>	
		<i>Kabul</i>		<i>Ret</i>		<i>Bekleyen</i>		<i>Çıkaran</i>			
		<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Engel</i>	<i>Mesaj</i>
Kabul etmesi istenilen	72	20	27.8	-	-	0	0	52	72.2	0	2
Serbest karar verenler	72	7	9.7	64	88.9	1	1.4	-	-	1	1
Toplam	144	27	18.8	117	81.3	1	0.7	52	0.0	1	3

Arkadaşlık isteğini kabul etmesi istenilen kişilerin yaklaşık %28'i bu hesapla arkadaş kalmaya devam ederken, %72'si bu hesabı arkadaşlıktan çıkarmıştır. Arkadaşlık isteğine vereceği karar konusunda serbest bırakılan katılımcıların yaklaşık %10'u arkadaşlık isteğini kabul ederken yaklaşık %89'u isteği reddetmiştir.

Arkadaşlık isteğini kabul etmesi söylenen katılımcılardan ikisi ve serbest karar veren katılımcılardan biri kendilerine istek gönderen hesaba mesaj göndermişlerdir. İsteği kabul edip etmemede serbest bırakılan bir katılımcı ise istek gönderen hesabı engellemiştir.

İstek gönderen hesabın nitelikleri açısından sonuçları Tablo 32'de gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde, kadın hesaptan gönderilen istekler ile erkek hesaptan gönderilen isteklerin kabul edilme oranlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Güzel/yakışıklı, normal veya fotoğrafı olmayan hesaplardan gönderilen isteklerin kabul oranları sırasıyla %20.8, %16.7 ve %18.8'dir. Bu oranların aralarında da önemli bir farkın olmadığı görülmektedir. Fakat eğitim durumunun arkadaşlık kabulü üzerindeki etkisine bakıldığında, eğitim durumu *Asü'de okuyor* olan hesaplardan gönderilen istekler, eğitim durumu boş bırakılan hesaplardan iki kat daha fazla kabul almıştır. İlişki durumu *ilişkisi var* olarak düzenlenen hesaplardan gönderilen isteklerin yaklaşık %14'ü kabul alırken, ilişki durumu boş olarak bırakılan hesapların yaklaşık %24'ü kabul almıştır.

Tablo 32. İstek Gönderilen Hesabın Nitelikleri Açısından Laboratuvar Uygulaması Sonuçları

<i>İstek Gönderilen Hesabın Niteliği</i>	<i>İstek Gönderilen Katılımcı Sayısı</i>	<i>Sonuç</i>					
		<i>Kabul</i>		<i>Ret</i>		<i>Bekleyen</i>	
		<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>	<i>Kişi</i>	<i>%</i>
<i>Cinsiyeti</i>							
Kadın	72	14	19.4	57	79.2	1	1.4
Erkek	72	13	18.1	59	81.9	0	0.0
<i>Profil Fotoğrafi</i>							
Güzel/yakışıklı	48	10	20.8	37	77.1	1	2.1
Normal	48	8	16.7	40	83.3	0	0.0
Fotoğraf yok	48	9	18.8	39	81.3	0	0.0
<i>Eğitim Durumu</i>							
Asü'de okuyor	72	18	25.0	54	75.0	0	0.0
Boş	72	9	12.5	62	86.1	1	1.4
<i>İlişki Durumu</i>							
İlişkisi var	72	10	13.9	61	84.7	1	1.4
Boş	72	17	23.6	55	76.4	0	0.0
<i>Toplam</i>							
	144	27	18.8	116	80.6	1	0.7

3.2.2.2. Laboratuvar Uygulamasına İlişkin Yapılan Analizler

Bu bölümde laboratuvar uygulaması gerçekleştirilirken, katılımcılardan bir kısmına profili incelemesi, bir kısmına ise arkadaşlık isteğini kabul etmesi söylenmiştir. Bu durumda isteği kabul etmesi istenilen kişilerin arkadaşlıktan çıkarma davranışı ve inceleyerek isteği kabul/ret eden kişi arasında davranışsal farklılıklar olup olmadığını test etmek için bazı analizler yapılmıştır. Bu analizlere alt başlıklar halinde detaylı olarak yer verilmiştir.

3.2.2.2.1. Tüm Katılımcılar İçin Yapılan Analizler

Tüm katılımcılara ilişkin lojistik regresyon analizi, Ki-Kare analizi, Mann-Whitney-U testi ve Kruskal Wallis-H testi uygulanmıştır. Her bir analiz alt başlıklarda ifade edilmektedir.

3.2.2.2.1.1. Tüm Katılımcılara İlişkin Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Lojistik regresyon, katılımcıların laboratuvar ortamındayken Facebook üzerinden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul etme olasılıkları üzerinde bazı unsurların etkisini değerlendirmek için yapılmıştır.

Tablo 33. İstek Gönderen Hesabın Nitelikleri için Lojistik Regresyon Analiz Sonuçları

	<i>B</i>	<i>S.E</i>	<i>Wald</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>İhtimal oranı</i>	<i>%95 C.I İhtimal Oranı İçin</i>	
							<i>Düşük</i>	<i>Yüksek</i>
İsteği gönderenin cinsiyeti	-.10	.44	.05	1	.83	.91	.21	1.23
İsteği gönderenin ilişkisi	-.67	.45	2.25	1	.13	.51	.21	1.23
İsteği gönderenin eğitimi	.86	.45	3.63	1	.06	2.37	.98	5.76
İsteği gönderenin fotoğrafı yok	-	-	.29	2	.87	-	-	-
İstek gönderenin normal fotoğraf	-.15	.55	.07	1	.79	.86	.30	2.52
İstek gönderenin güzel fotoğraf	.14	.53	.07	1	.79	1.15	.41	3.21
Sabit	-1.61	.55	8.70	1	.00	0.20		

Tüm bağımsız değişkenleri içeren tam model istatistiksel olarak anlamlı değildir ($X^2(5, N=144) = 6.40; p= 0.269 > 0.05, 0.001$). Buna göre yokluk hipotezi reddedilememekte, kestirilen öznel modelin genel anlamlılığının olmadığı görülmektedir. Sonuç olarak; modele eklenen bağımsız değişkenler arkadaşlık isteğinin kabul edilebilirliği üzerine katkı sağlamamaktadır.

Bir bütün olarak model, arkadaşlık kabulü ile ilgili varyansın %4 (Cox ve Snell R^2) ile %7 (Nagelkerke R^2) arasında bir kısmını açıklayabilmekte; diğer bir ifadeyle arkadaşlık isteğini kabul etme/etmeme değişkenindeki değişimin %4 ile %7'si, modele eklenen bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Analiz sonucunda, katılımcıların %81.3'ü doğru bir biçimde sınıflandırabilmiştir.

Tablo 33'te gösterildiği gibi bağımsız değişkenlerin hiçbiri modele anlamlı katkı sağlamamıştır ($p > 0.05; 0.001$). Bir arkadaşlık isteğini kabul etmenin en güçlü açıklayıcısı, isteği gönderen kişinin eğitimidir ve bu değişkenin ihtimal oranı 2.37'dir. Bu değer şunu göstermektedir; isteği gönderen kişinin eğitim durumu bölümünde "eğitim durum bilgisi" bulunanların, bulunmayanlara göre isteğinin kabul edilme olasılığı 2.37 kat daha fazladır.

İsteği gönderen kişinin erkek olması, arkadaşlık isteğini kabul etme olasılığını düşüren bir faktördür. Diğer bir ifadeyle, isteği gönderen kişinin kadın olması durumunda, katılımcıların bu kişiden gelen arkadaşlık isteğini kabul etme olasılığı, erkeklere göre yaklaşık 2 kat daha fazladır.

İsteği gönderen kişinin ilişkisinin olması durumunda bu kişiden gelen arkadaşlık isteğinin kabul etme olasılığı, ilişkisi olmayanlara göre .51 kat daha azdır. Yani ilişkisi olmayan kişinin kabul edilme olasılığı, ilişkisi olanlara göre yaklaşık 2 kat daha fazladır.

Araştırma kapsamında; isteği gönderen kişilerin bir kısmının profil fotoğrafı bulunmadığı, bir kısmının güzellik açısından "normal" olarak nitelenen profil fotoğrafına sahip oldukları

ve bir kısmının da “güzel” olarak nitelenen profil fotoğrafına sahip oldukları durumda arkadaşlık isteğinin kabul edilme olasılığı incelenmiştir. Profil fotoğrafı durumu da modele eklenmiş ve ‘profil fotoğrafı olmama’ durumu referans kategori olmak üzere şu sonuçlar elde edilmiştir: İsteği gönderenin ‘normal’ olarak nitelenen bir profile sahip olması, profil fotoğrafı olmayanlara göre kabul etme olasılığını düşüren bir faktördür ve 0.86 kat daha azdır. Ancak bu değer 1’e yakın olduğundan farkın önemli olmadığı söylenebilir. İsteği gönderenin ‘güzel’ olarak nitelenen bir profile sahip olması ise, profil fotoğrafı olmayanlara göre kabul etme olasılığı arttıran bir faktördür ve 1.15 kat daha fazladır.

Tablo 34. Katılımcıların Demografik Özellikleri için Lojistik Regresyon Sonuçları Tablosu

	<i>B</i>	<i>S.E</i>	<i>Wald</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>İhtimal oranı</i>	<i>%95 C.I İhtimal Oranı İçin</i>	
							<i>Düşük</i>	<i>Yüksek</i>
Katılımcının cinsiyeti	.89	.52	2.93	1	.09	2.44	.88	6.77
Katılımcının sınıfı	-.02	.26	.01	1	.94	.98	.59	1.64
Katılımcıların geliri	-.22	.20	1.21	1	.27	.80	.54	1.19
Sabit	-.62	3.79	.03	1	.01	.54		

Lojistik regresyon, katılımcıların laboratuvar ortamındayken Facebook üzerinden gönderilen arkadaşlık isteklerini, isteği alan kişilerin özellikleri temelinde kabul etme olasılıkları değerlendirmek için yapılmıştır (Tablo 34). Tüm bağımsız değişkenleri içeren tam model istatistiksel olarak anlamlı değildir ($X^2(6, N=144) = 12.46; p=0.052 > 0.05, 0.001$). Buna göre yokluk hipotezi reddedilememekte, kestirilen öznel modelin genel anlamlılığının olmadığı görülmektedir. Sonuç olarak modele eklenen bağımsız değişkenler arkadaşlık isteğinin kabul edilebilirliği üzerine katkı sağlamamaktadır.

Bir bütün olarak model, arkadaşlık kabulü ile ilgili varyansın %8.3’ünü (Cox ve Snell R^2) ile %13.4 (Nagelkerke R^2) arasında bir kısmını açıklayabilmekte; diğer bir ifadeyle, arkadaşlık isteğini kabul etme/etmeme değişkenindeki değişimin yaklaşık %8 ile %13’ü, modele eklenen bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Analiz sonucunda, katılımcıların %81.3’ü doğru bir biçimde sınıflandırabilmiştir.

Tablo 34’te gösterildiği gibi, bağımsız değişkenlerin hiçbiri modele anlamlı katkı sağlamamıştır ($p > 0.05; 0.001$). Bir arkadaşlık isteğini kabul etmenin en güçlü açıklayıcısı, isteği alan kişinin cinsiyetidir ve bu değişkenin ihtimal oranı 2.44’tür. Bu değer şunu göstermektedir; isteği alan kişinin cinsiyeti “erkek” olanların, olmayanlara göre, isteği kabul etme olasılığı 2.44 kat daha fazladır.

İsteği alan kişilerin gelir ve sınıf değişkenlerindeki artış, arkadaşlığı kabul etme olasılığını düşürmektedir.

3.2.2.2.1.2. Tüm Katılımcılara İlişkin T-Testi Sonuçları

Analiz öncesinde veriler için Kolmogorov Smirnov Normallik Testi uygulanmıştır. Verilerin her bir boyutu açısından basıklık ve çarpıklık değerleri -2.5 ile +2.5 aralığında seyrettiğinden dolayı normallik şartlarını sağladığı kabul edilmiştir (Matis, Birbilis ve Kontogianidis, 2009). Verilerin varyanslarının eşit dağıldığı görülmüştür

Katılımcılara gönderilen arkadaşlık isteğinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın cinsiyetinin ve ilişki durumunun anlamlı bir farklılığa sebep olup olmadığını test etmek amacıyla T-testi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 35'te gösterilmektedir.

Tablo 35. İstek Gönderen Hesabın Cinsiyet ve İlişki Durumu için T-Testi

<i>T-Testi</i>		<i>Toplam</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Std. sapma</i>	<i>t-değeri</i>	<i>p</i>
	<i>Cinsiyet</i>					
	Kadın	72	1.80	0.39		
	Erkek	72	1.81	0.38	-0.21	0.83
	<i>İlişki</i>					
	İlişkisi var	72	1.86	0.34		
	Boş	72	1.76	0.42	1.49	0.13

Tablo 35 incelendiğinde, istek gönderen hesabın cinsiyetinin, isteğin kabul edilip edilmemesi üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturmadığı söylenebilir ($p>0.05$). Benzer bir şekilde, istek gönderen hesabın bir ilişkisinin olup olmaması isteğin kabul edilmesi üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturmadığı söylenebilir ($p>0.05$).

3.2.2.2.1.3. Tüm Katılımcılara İlişkin Ki-Kare Testi

Sonuçları

Arkadaşlık isteğini kabul etmesi istenilenler ile kabul konusunda serbest bırakılanların arkadaşlık isteğini kabul/arkadaşlıktan çıkarma, profilde ilk dikkatini çeken faktör ve arkadaşlığı reddetme/arkadaşlıktan çıkarma sebeplerinin, katılımcıların cinsiyet, sınıf ve gelir değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Ki-Kare analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 36'da özetlenmiştir.

Tablo 36. Tüm Katılımcılara Yönelik Yapılan Ki-Kare Testi Sonuçları.

Sütun	Satır	Sütun x Sütun	=(2x2)	>(2x2)	Bakılan test	Değer	sd	p
			Minimum Beklenen Değer	5'ten Küçük Beklenen Değer %				
Katılımcıların Tümü								
Cinsiyet								
	Sonuç	(2x2)	9.94	%0	Continuity correction	2.316	1	0.128
	Profilde ilk dikkat çeken	(2x5)	2.58	%20	Pearson Ki-Kare	2.775	4	0.596
	Reddetme/ Çıkarma sebebi	(2x5)	1.21	%60	Pearson Ki-Kare	0.539	4	0.971
Sınıf								
	Sonuç	(4x2)	6.38	%0	Pearson Ki-Kare	3.821	3	0.269
	Profilde ilk dikkat çeken	(4x5)	1.65	%40	Pearson Ki-Kare	12.556	12	0.402
	Reddetme/ Çıkarma sebebi	(4x5)	0.69	%60	Pearson Ki-Kare	15.316	12	0.225
Gelir								
	Sonuç	(5x2)	1.88	%20	Pearson Ki-Kare	3.190	4	0.527
	Profilde ilk dikkat çeken	(5x5)	0.49	%64	Pearson Ki-Kare	19.302	16	0.253
	Reddetme/ Çıkarma sebebi	(5x5)	0.21	%72	Pearson Ki-Kare	10.554	16	0.836

Tablo 36'daki sonuçlar incelendiğinde arkadaşlık isteğini kabul/reddetme, profilde ilk dikkatini çeken faktör ve arkadaşlığı reddetme/arkadaşlıktan çıkarma sebeplerinin, katılımcıların cinsiyet, sınıf ve gelir düzeyi değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($p>0.05$).

İstek gönderen hesabın eğitim durumunun, isteğin kabul edilmesi üzerinde anlamlı bir farklılığa sahip olup olmadığı Ki-Kare testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar Tablo 37'de ayrıntılı olarak gösterilmektedir.

Tablo 37. İstek Gönderen Hesabın Eğitim Durumu için Ki-Kare Testi Sonuçları

Sütun	Satır	Sütun x Sütun	=(2x2)	>(2x2)	Bakılan test	Değer	sd	p
			Minimum Beklenen Değer	5'ten Küçük Beklenen Değer %				
Eğitim								
	Sonuç	(2x2)	13.5	%0	Pearson Ki-Kare	3.692	1	0.55

Tablo 37 incelendiğinde, istek gönderilen hesabın eğitim durumunun isteğin kabul edilmesi üzerinde anlamlı bir farklılığa sebep olmadığı görülmektedir ($p>0.05$). Arkadaşlık isteğinin kabul edilmesi üzerinde istek gönderen hesabın eğitim durumu açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı söylenebilir.

3.2.2.2.1.4. Tüm Katılımcılara İlişkin Tek Yönlü Anova Sonuçları

Katılımcıların arkadaşlık isteği kabul etmesi üzerinde istek gönderen hesabın profil fotoğrafı açısından farklılık olup olmadığını test etmek amacıyla Tek Yönlü Anova analizi

uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 38’de gösterilmiştir. Test verileri, gerekli normallik şartlarını sağlamaktadır.

Tablo 38. İstek Gönderilen Hesabın Profil Fotoğrafi için Tek Yönlü Anova Analizi Sonuçları

<i>Tek Yönlü Anova</i>		<i>Toplam</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Std. sapma</i>	<i>p</i>
<i>Profil Fotoğrafi</i>					
	Güzel/yakışıklı	48	1.79	0.41	
	Normal	48	1.83	0.37	0.87
	Fotoğraf yok	48	1.81	0.39	

Tablo incelendiğinde, katılımcının arkadaşlık isteğini kabul etmesi üzerinde istek gönderen Facebook hesabının profil fotoğrafı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$). İstek gönderen Facebook hesabının profil fotoğrafının güzel/yakışıklı, normal olması ya da profil fotoğrafının olmaması isteğin kabul edilmesi açısından anlamlı bir farklılık göstermediği söylenebilir.

3.2.2.2.1.5. Tüm Katılımcılara İlişkin Mann-Withney U Testi Sonuçları

Arkadaşlık isteği gönderen kişinin profil fotoğrafına verilen puanın katılımcıların cinsiyetleri açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Mann-Whitney U testi yapılmıştır (Tablo 39).

Tablo 39. Tüm Katılımcılara İlişkin Mann-Withney U Testi Sonuçları

<i>Katılımcının</i>	<i>İfadeler</i>	<i>N</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Std. Sapma</i>	<i>p</i>
<i>Cinsiyet</i>					
<i>Kadın</i>	İsteği gönderen hesabın profil fotoğrafına verdiği puan	53	77.16	1.29	0.282
<i>Erkek</i>		91	69.79	1.22	

Tüm katılımcılar incelendiğinde, katılımcıların cinsiyetleri, profil fotoğrafına verilen puan açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0.05$).

3.2.2.2.1.6. Tüm Katılımcılara İlişkin Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Arkadaşlık isteği gönderen kişinin profil fotoğrafına verilen puanların katılımcının sınıf ve gelir düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini analiz etmek için Kruskal Wallis-H Testi uygulanmıştır (Tablo 40).

Tablo 40. Tüm Katılımcılara İlişkin Kruskal Wallis-H Testi

<i>Katılımcının Sınıfı</i>	<i>İfadeler</i>	<i>N</i>	<i>Sıra Ort.</i>	<i>sd.</i>	<i>Ki-Kare</i>	<i>P</i>
	İsteği gönderen hesabın profil fotoğrafına verdiği puan					
1		35	67,51			
2		40	61.30	3	7.747	0.52
3		35	84.69			
4		34	78.26			
<i>Gelir</i>	İsteği gönderen hesabın profil fotoğrafına verdiği puan					
	1700 ve altı	43	71.12			
	1700-2499	51	73.03	4	1.485	0.829
	2500-3299	29	74.40			
	3300 ve üstü	21	71.00			

Tablo 40 incelendiğinde, katılımcıların profil fotoğraflarına verdikleri puanların sınıf ve gelir düzeyleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığının olmadığı görülmektedir ($p>0.05$).

3.2.2.2.2. Kabul Etmesi İstenilenler İçin Yapılan Analizler

Bu bölümde, laboratuvar uygulamasında kendisine gelen arkadaşlık isteğini kabul etmesi istenilen kullanıcıların, daha sonra bu hesabı arkadaşlıktan çıkarıp çıkarmadığı, katılımcıların demografik özellikleri ve istek gönderilen hesabın nitelikleri açısından Tek Yönlü Anova testi ve t-testi ile incelenmiştir.

3.2.2.2.2.1. Kabul Etmesi İstenilenler İçin Tek Yön Anova Sonuçları

Kendisine gelen arkadaşlık isteğini kabul etmesi istenilen katılımcıların daha sonrasında bu hesabı arkadaşlıktan çıkarıp çıkarmamalarının hesabın profil fotoğrafı açısından farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla Tek Yönlü Anova analizi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 41’de gösterilmektedir.

Tablo 41. Arkadaşlıktan Çıkarma Davranışı için Profil Fotoğrafı Sonuçları

<i>Tek Yönlü Anova</i>	<i>Toplam</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Std. sapma</i>	<i>p</i>
<i>Profil Fotoğrafı</i>				
Güzel/yakışıklı	23	1.34	0.48	
Normal	29	1.17	0.38	0.27
Fotoğraf yok	20	1.35	0.48	

Tablo 41 incelendiğinde, arkadaşlık isteği kabul edilmesi söylenen kullanıcıların bu hesapları arkadaşlıktan çıkarma davranışları üzerinde hesapların profil fotoğrafları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$). Profil

fotoğrafının güzel/yakışıklı olması, normal olması ya da hiç profil fotoğrafı olmamasının arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde önemli bir farklılık oluşturmadığı söylenebilir.

Tablo 42. Arkadaşıktan Çıkarma Davranışı ve Katılımcının Sınıf ve Gelir Düzeyi için Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

<i>Tek Yönlü Anova</i>		<i>Toplam</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Std. sapma</i>	<i>p</i>
<i>Sınıf</i>					
	1	21	1.23	0.43	
	2	26	1.34	0.48	
	3	14	1.28	0.46	0.74
	4	11	1.18	0.40	
<i>Gelir</i>					
	1700 ve altı	19	1.42	0.50	
	1700 - 2499	19	1.26	0.45	
	2500 - 3299	18	1.11	0.32	0.21
	3300 ve üstü	16	1.31	0.47	

Arkadaşıktan çıkarma davranışı üzerinde katılımcının sınıf ve gelir düzeyi açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Tek Yönlü Anova testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 42’de ayrıntılı olarak gösterilmektedir. Tablo 42 incelendiğinde, arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde katılımcıların hem sınıf düzeyi hem de gelir düzeyi açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$).

3.2.2.2.2. Kabul Etmesi İstenilenler İçin T-Testi

Sonuçları

Arkadaşlık isteğini kabul etmesi söylenen kullanıcıların daha sonraki arkadaşlıktan çıkarma davranışları üzerinde hesabın cinsiyeti, eğitim durumu ve ilişki durumu açısından farklılık olup olmadığını analiz edilmesi için T-testi uygulanmıştır. Test için gerekli normallik şartları sağlanmıştır.

Tablo 43. Arkadaşıktan Çıkarma Davranışı İçin Hesabın Nitelikleri T-Testi Sonuçları

<i>T-Testi</i>		<i>Toplam</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Std. sapma</i>	<i>t-değeri</i>	<i>p</i>
<i>Cinsiyet</i>						
	Kadın	36	1.27	0.45		
	Erkek	36	1.27	0.45	0.0	1.0
<i>Eğitim</i>						
	ASÜ’de okuyor	38	1.34	0.48		
	Boş	34	1.20	0.41	1.28	0.20
<i>İlişki</i>						
	İlişkisi var	33	1.18	0.39		
	Boş	39	1.35	0.48	-1.68	0.97

Tablo 43 incelendiğinde, kendilerine gelen arkadaşlık isteğini kabul eden katılımcıların bu hesabı arkadaşlıktan çıkarma davranışının hesabın cinsiyeti, eğitim durumu ve ilişki durumu açısından farklılık göstermediği görülmektedir ($p>0.05$).

Tablo 44. Arkadaşıktan Çıkarma Davranışı için Katılımcının Cinsiyeti T-testi Sonuçları

<i>T-Testi</i>		<i>Toplam</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Std. sapma</i>	<i>t-değeri</i>	<i>p</i>
	<i>Cinsiyet</i>					
	Kadın	28	1.17	0.39		
	Erkek	44	1.37	0.47	-1.52	0.13

Arkadaşıktan çıkarma davranışının, katılımcının cinsiyeti açısından farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek amacıyla T-testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 44'te ayrıntılı olarak gösterilmektedir. Tablo 44 incelendiğinde, arkadaşlıktan çıkarma davranışının katılımcının cinsiyeti açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$).

3.2.2.2.3. Kabulde Serbest Bırakılan ve Kabul Etmesi İstenen Kullanıcılar için Ki- Kare Testi

Laboratuvar uygulaması sırasında ya da sonrasında arkadaş kalma konusunda serbest bırakılarak isteği kabul etmesi istenen katılımcılar ile arkadaşlık isteğine serbest bir şekilde karar vermesi istenen katılımcılardan kabul edenler arasında önemli bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla Ki-Kare testi uygulanmıştır.

Tablo 45. İsteği Kabul Etmesi İstenilen ve Serbest bırakılanlar Arasındaki Farklılıkların Tespiti için Yapılan Ki Kare Testi Sonuçları

<i>Sütun</i>	<i>Satır</i>	<i>Satır x Sütun</i>	<i>=(2x2)</i> <i>Minimum Beklenen Değer</i>	<i>>(2x2)</i> <i>5'ten Küçük Beklenen Değer %</i>	<i>Bakılan test</i>	<i>Değer</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>
<i>Kabul açısından kabul etmesi istenen ve kabulde serbest bırakılan katılımcılar</i>								
	Kabul	(2x2)	13.5	%0	Continuity correction	6.564	1	0.10

Analiz sonucunda, isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaş kalma oranı ile, serbest kalan katılımcıların isteği kabul etmeleri arasında istatistiksel olarak bir farklılık bulunamamıştır.

3.2.3. Saha ve Laboratuvar Uygulamalarının Karşılaştırması

Deneysel uygulama yönteminin iki parçası olan saha ve laboratuvar uygulamalarının karşılaştırma analiz ve sonuçları bu bölümde ele alınacaktır. Saha uygulaması ve laboratuvar uygulaması sonuçlarının istek gönderilen hesabın niteliklerine göre genel olarak karşılaştırması Tablo 46'da gösterilmektedir. Tabloda her iki uygulama sonuçları sadece arkadaşlık isteklerinin kabul edilme yüzdeleri üzerinden karşılaştırılmaktadır.

Tablo 46. İstek Gönderen Hesabın Nitelikleri Açısından Saha Ve Laboratuvar Uygulaması Kabul Sonuçları

<i>İstek Gönderilen Hesabın Niteliği</i>	<i>İstek Gönderilen Katılımcı Sayısı</i>	<i>Sonuç</i>					
		<i>Kabul %</i>		<i>Ret %</i>		<i>Bekleyen %</i>	
		<i>Saha</i>	<i>Lab.</i>	<i>Saha</i>	<i>Lab.</i>	<i>Saha</i>	<i>Lab.</i>
<i>Cinsiyeti</i>							
Kadın	72	38.9	19.4	36.1	79.2	25.0	1.4
Erkek	72	31.9	18.1	34.7	81.9	33.3	0.0
<i>Profil Fotoğrafı</i>							
Güzel/yakışıklı	48	43.8	20.8	37.5	77.1	18.8	2.1
Normal	48	33.3	16.7	35.4	83.3	31.3	0.0
Fotoğraf yok	48	29.2	18.8	33.3	81.3	37.5	0.0
<i>Eğitim Durumu</i>							
Asü'de okuyor	72	37.5	25.0	36.1	75.0	26.4	0.0
Boş	72	33.3	12.5	34.7	86.1	31.9	1.4
<i>İlişki Durumu</i>							
İlişkisi var	72	34.7	13.9	30.6	84.7	34.7	1.4
Boş	72	36.1	23.6	40.3	76.4	23.6	0.0
<i>Toplam</i>							
	144	35.4	18.8	35.4	80.6	29.2	0.7

Genel olarak bakıldığında hesapların sahip olduğu her nitelik için saha uygulamasında daha yüksek kabul aldığı görülmektedir. Saha uygulamasında gönderilen isteklerinin tamamının %35.4'ü kabul alırken, bu oran laboratuvar uygulamasında %18.8 olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların laboratuvar uygulamasında arkadaşlık isteğini kabul etme oranının saha uygulamasına göre yaklaşık %50 oranında daha azdır. Katılımcılar yalnız başlarına olduklarında ya da günlük hayatın içerisinde tanımadıkları kişilerden gelen istekleri kabul etme oranları, başka insanlarla beraber buldukları duruma göre iki kat daha fazladır. Ayrıca, laboratuvar uygulamasında, saha uygulamasının aksine, cevap bekleyen istek neredeyse yoktur.

Tablo incelendiğinde kadın hesaplardan giden istekler saha uygulamasında yaklaşık %39 kabul alırken, bu değer laboratuvar uygulamasında yaklaşık olarak %19 olarak gerçekleşmiştir. Erkeklerde bu oran saha uygulaması için yaklaşık %32 iken, laboratuvar uygulaması için %18 olmuştur. Laboratuvar uygulamasında hem kadın hem de erkek hesaplardan gönderilen isteklerin kabul edilme oranı saha uygulamasına göre neredeyse yarı yarıya daha düşüktür. Aynı şekilde laboratuvar uygulamasında profil fotoğrafı farklı hesaplardan gönderilen isteklerin kabul edilme oranları saha uygulamasına göre yarı yarıya daha düşük gerçekleşmiştir. Eğitim durumunun olup olmadığına bakıldığında, eğitim bilgileri tanımlı olan, yani ASÜ'de okuyor olan hesaplardan giden arkadaşlık istekleri hem saha uygulamasında hem de laboratuvar uygulamasında daha fazla kabul almıştır.

Katılımcılar aynı okulda eğitim aldıkları kişilerin arkadaşlık isteklerine olumlu cevaplamaya daha eğilimli oldukları söylenebilir. İlişkisi var olan hesaplardan gönderilen arkadaşlık istekleri, hem saha hem de laboratuvar uygulamasında ilişki durumu boş olanlara göre daha fazla kabul almıştır. Buradan yola çıkarak katılımcıların ilişkisi olan hesaplara göre ilişkisi olmayan hesapları kabul etme oranı daha yüksektir denebilir.

3.2.3.1.Saha ve Laboratuvar Ortamını Karşılaştırmak için Yapılan Ki-Kare Testi

Katılımcıların laboratuvar ortamında arkadaşlık isteklerine ilişkin davranışı ile saha ortamındaki davranışları arasında herhangi bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Ki-Kare Analizi yapılmıştır.

Tablo 47. Saha ve Laboratuvar Uygulaması Sonuçlarının Arkadaşlık Kabulü Açısından Karşılaştırılması için Ki-Kare Testi Sonuçları

		=(2x2)		>(2x2)					
		<i>Satır x Sütun</i>	<i>Minimum Beklenen Değer</i>	<i>5'ten Küçük Beklenen Değer %</i>	<i>Bakılan test</i>				
Ortam	Sonuç	(2x2)	39.5	%0	Pearson Ki-Kare	0.227	1	0.002	

Tablo 47 incelendiğinde, katılımcıların arkadaşlık isteklerine ilişkin davranışları saha ve laboratuvar ortamı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p=0.002$; $p<0.05$). Bu bulgu, katılımcıların arkadaşlık isteğine verdikleri cevaplar üzerinde katılımcıların bulunduğu ortamın etkili olduğunu göstermektedir.

3.2.4. Hipotez Sonuçları

Araştırma kapsamında yapılan istatistiksel analizler sonucunda araştırma hipotezlerinin kabul ya da red durumu Tablo 48, Tablo 49 ve Tablo 50’de gösterilmektedir.

Tablo 48. Facebook Kullanım Anketine İlişkin Hipotezler Tablosu

<i>Facebook Kullanım Anketine İlişkin Hipotezler</i>	<i>Bulgu</i>
H1: Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.	
H1a: Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının cinsiyetine göre farklılık gösterir.	Ret
H1b: Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının sınıf düzeyine göre farklılık gösterir.	Ret
H1c: Katılımcının Facebook paylaşımları katılımcının gelir düzeyine göre farklılık gösterir.	Ret
H2: Facebook’taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı, katılımcıların demografik özellikleri açısından farklılık gösterir.	
H2a: Facebook’taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcının cinsiyeti açısından farklılık gösterir.	Kabul*
H2b: Facebook’taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcının sınıf düzeyleri açısından farklılık gösterir.	Ret
H2c: Facebook’taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcının gelir düzeyleri açısından farklılık gösterir.	Ret

*yalnızca uygunsuz/sık boyutu için kabul edildi.

Tablo 49. Saha Uygulamasına İlişkin Hipotezler Tablosu

<i>Saha Uygulamasına İlişkin Hipotezler</i>	<i>Bulgu</i>
H1: Saha uygulamasında katılımcıların gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen hesabının nitelikleri etkilidir.	
H1a: Saha uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabının cinsiyeti etkilidir.	Ret
H1b: Saha uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteğinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderilen hesabın profil fotoğrafı etkilidir.	Ret
H1c: Saha uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabı ile aynı üniversitede eğitim almak etkilidir.	Ret
H1d: Saha uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabının ilişki durumu etkilidir.	Ret
H2: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların demografik özellikleri etkilidir.	
H2a: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların cinsiyetleri etkilidir.	Kabul
H2b: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların okudukları sınıf düzeyleri etkilidir.	Ret
H2c: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların gelir düzeyleri etkilidir.	Ret
H3: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü isteği gönderen hesabın nitelikleri açısından farklılık vardır	
H3a: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın cinsiyeti açısından farklılık vardır.	Ret
H3b: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın profil fotoğrafı açısından farklılık vardır.	Ret
H3c: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesap ile aynı üniversitede okuma açısından farklılık vardır.	Ret
H3d: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın ilişki durumu açısından farklılık vardır.	Ret
H4: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü katılımcıların demografik özellikleri açısından farklılık vardır.	
H4a: Saha uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde katılımcının cinsiyeti açısından farklılık vardır.	Kabul
H4b: Saha uygulamasında katılımcının tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde katılımcıların sınıf düzeyi açısından farklılık vardır.	Ret
H4c: Saha uygulamasında katılımcının tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde, katılımcının gelir düzeyi açısından farklılık vardır.	Ret

Tablo 50. Laboratuvar Uygulamasına İlişkin Hipotezler Tablosu

<i>Laboratuvar Uygulamasına İlişkin Hipotezler</i>	<i>Bulgu</i>
H1: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabının demografik özellikleri etkilidir.	Ret
H1a: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabının cinsiyeti etkilidir.	Ret
H1b: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabı ile aynı üniversitede eğitim almak etkilidir.	Ret
H1c: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderen Facebook hesabının ilişki durumu etkilidir.	Ret
H1d: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteğinin kabul edilme olasılığı üzerinde istek gönderilen hesabın profil fotoğrafı etkilidir.	Ret
H2: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların demografik özellikleri etkilidir.	
H2a: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların cinsiyetleri etkilidir.	Ret
H2b: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların gelir düzeyleri etkilidir.	Ret
H2c: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabul edilme olasılığı üzerinde katılımcıların okudukları sınıf düzeyleri etkilidir.	Ret
H3: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde isteği gönderen hesabın nitelikleri açısından farklılık vardır.	
H3a: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın cinsiyeti açısından farklılık vardır.	Ret
H3b: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın profil fotoğrafı açısından farklılık vardır.	Ret
H3c: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesap ile aynı üniversitede okuma açısından farklılık vardır.	Ret
H3d: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde istek gönderen hesabın ilişki durumu açısından farklılık vardır.	Ret
H4: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü üzerinde katılımcıların demografik özellikleri açısından farklılık gösterir.	
H4a: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü, katılımcıların cinsiyetleri açısından farklılık gösterir.	Ret
H4b: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü, katılımcıların sınıf düzeyleri açısından farklılık gösterir.	Ret
H4c: Laboratuvar uygulamasında katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteklerinin kabulü, katılımcıların gelir düzeylerine göre farklılık gösterir.	Ret
H5: Profilde ilk dikkat çeken faktör üzerinde katılımcının demografik özellikleri açısından farklılık vardır.	
H5a: Profilde ilk dikkat çeken faktör üzerinde katılımcının cinsiyeti açısından farklılık vardır.	Ret
H5b: Profilde ilk dikkat çeken faktör üzerinde katılımcının sınıf düzeyi açısından farklılık vardır.	Ret
H5c: Profilde ilk dikkat çeken faktör üzerinde katılımcının gelir düzeyi açısından farklılık vardır.	Ret
H6: Arkadaşlık isteğini reddetme/arkadaşlıktan çıkarma sebebi, katılımcının demografik özellikleri açısından farklılık vardır.	
H6a: Arkadaşlığı reddetme/arkadaşlıktan çıkarma sebebi katılımcının cinsiyeti açısından farklılık vardır.	Ret
H6b: Arkadaşlığı reddetme/arkadaşlıktan çıkarma sebebi katılımcının sınıf düzeyi açısından farklılık vardır.	Ret
H6c: Arkadaşlığı reddetme/arkadaşlıktan çıkarma sebebi katılımcının gelir düzeyi açısından farklılık vardır.	Ret
H7: Profil fotoğrafına verilen puan üzerinde katılımcının demografik özellikleri açısından farklılık vardır.	
H7a: Profil fotoğrafına verilen puan üzerinde katılımcıların cinsiyeti açısından farklılık vardır.	Ret
H7b: Profil fotoğrafına verilen puan üzerinde katılımcıların sınıf düzeyi açısından farklılık vardır.	Ret
H7c: Profil fotoğrafına verilen puan üzerinde katılımcıların gelir düzeyi açısından farklılık vardır.	Ret
H8: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde istek gönderen hesabın nitelikleri açısından farklılık vardır.	

H8a: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenilen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde Facebook arkadaşının cinsiyeti açısından farklılık vardır.	Ret
H8b: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenilen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde, Facebook arkadaşının profil fotoğrafı açısından farklılık vardır.	Ret
H8c: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenilen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde Facebook arkadaşı ile aynı üniversitede okuma açısından farklılık vardır.	Ret
H8d: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenilen katılımcıların arkadaşlıktan çıkarma davranışı üzerinde Facebook arkadaşının ilişki durumu açısından farklılık vardır.	Ret
H9: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenilen katılımcıların Facebook'ta arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcının demografik özellikleri açısından farklılık gösterir.	
H9a: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenilen katılımcıların Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcıların cinsiyetleri açısından farklılık gösterir.	Ret
H9b: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenilen katılımcıların Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcıların ortalama gelir düzeyleri açısından farklılık gösterir.	Ret
H9c: Laboratuvar uygulamasında isteği kabul etmesi söylenilen katılımcıların Facebook'taki arkadaşlıktan çıkarma davranışı katılımcıların sınıf düzeyleri açısından farklılık gösterir.	Ret
H10: Katılımcıların Facebook'taki arkadaşlıklarını sürdürmeleri üzerinde profili incelemenin pozitif etkisi vardır.	Ret
H11: Katılımcıların tanımadıkları kişilerden gelen arkadaşlık isteğinin kabulü ortam (saha/laboratuvar) açısından farklılık gösterir.	Kabul

SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmanın sonuçları Facebook kullanım anketi, saha uygulaması, laboratuvar uygulaması sonuçları ve saha ile laboratuvar uygulaması sonuçlarının karşılaştırmasından oluşmaktadır.

Facebook Kullanımı

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 hemfikirdir.

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.

Saha Uygulaması

Saha uygulaması genel sonuçlarına göre erkekler, tanımadıkları kişilerden gelen istekleri kabul etme konusunda kadınlara göre daha fazla isteklidir. Bunun yanısıra kadınlar, kendilerine gelen arkadaşlık isteğine herhangi bir cevap vermemeye erkeklerden daha fazla eğilimli olduğu görülmektedir. Katılımcılar, kendilerine gelen arkadaşlık isteğine ortalama 3-4 gün içerisinde cevap vermektedir. Kullanıcılar genellikle istek gönderen hesaba herhangi bir mesaj göndermemektedir. Kadın hesaplardan gönderilen isteklerin erkek hesaplardan gönderilen isteklere göre daha fazla kabul aldığı görülmektedir. İstek gönderen hesabın profil fotoğrafları açısından bakıldığında ise *güzel/yakışıklı* profil fotoğrafının daha fazla kabul aldığı söylenebilir. Dikkat çekici sonuçlardan bir diğeri ise katılımcılar, *normal* fotoğrafı olan hesaplardan gelen istekleri, fotoğrafı bulunmayan (*fotoğraf yok*) hesaplardan gelen isteğe göre daha çok kabul etmiştir. Bu durum katılımcıların, istek gönderen hesabın

profil fotoğrafı çekici olmasa bile herhangi bir profil fotoğrafının olmasını isteği kabul sürecinde önemseydiğini göstermektedir. İstek gönderen hesabın ilişki durumunun ise, isteğin kabul edilmesinde herhangi bir etkisinin olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Saha uygulaması sonuçları istatistiksel olarak incelendiğinde, isteği gönderen kişinin cinsiyeti, ilişki durumu, eğitimi ve profil fotoğrafı kabul durumunu etkilememektedir. Fakat kullanıcıların aynı üniversitede eğitim aldıkları kişileri kabul etme ihtimalleri daha yüksek olduğu görülmüştür. Arkadaşlık isteğini alan katılımcının cinsiyetinin erkek olması, isteğin kabul edilme ihtimalini oldukça artırmaktadır.

Laboratuvar Uygulaması

Laboratuvar uygulamasına ilişkin genel sonuçlar incelendiğinde erkek ve kadın hesaplardan gönderilen isteklerin kabul alma açısından birbirinden farklı olmadıkları söylenebilir. Profil fotoğrafının *güzel/yakışıklı*, *normal* veya *fotoğraf yok* olmasının, isteğin kabul edilmesi üzerinde etkisinin olmadığı görülmektedir. İstek gönderen hesap ile istek gönderilen katılımcının aynı okulda eğitim almasının isteğin kabul edilmesi üzerinde oldukça etkili olduğu söylenebilir. Kullanıcılar, *ilişkisi var* olan hesaplardan gelen istekleri daha az kabul etmekte iken ilişki durumu boş bırakılan hesaplardan gelen istekleri kabul etmeye daha eğilimli oldukları söylenebilir.

Laboratuvar uygulaması sonuçları istatistiksel olarak değerlendirildiğinde, katılımcıların cinsiyetlerinin, sınıf düzeylerinin ve gelirlerinin kendilerine gelen isteklere verdikleri cevaplar üzerinde bir etkisi olmadığı görülmektedir. Aynı şekilde arkadaşlık isteklerini reddetme ya da arkadaşlıktan çıkarma sebepleri konusunda ve istek gönderen hesabın profilinde dikkatlerini ilk neyin çektiği konusunda katılımcıların cinsiyetlerinin, sınıf düzeyleri ve gelirleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Benzer şekilde, katılımcının cinsiyeti ile kendisine istek gönderen hesabın profil fotoğrafını beğenme düzeyi arasında bir ilişki bulunmamaktadır. Tanımadığı kişilerden gelen arkadaşlık isteklerini kabul etme konusunda erkek ve kadınlar arasında bir farklılık gözlenmemiştir. Katılımcıların sınıf düzeyi ve gelirleri ile istek gönderen hesabın profil fotoğrafına verdikleri puanlar arasında bir farklılık bulunmamaktadır. İstek gönderen kişinin cinsiyeti, ilişki durumu, eğitimi ve profil fotoğrafı arkadaşlık isteğinin kabulü üzerinde herhangi bir etkiye sahip değildir. Fakat istek gönderen kişi ile aynı okulda eğitim alan kişinin isteğinin kabul edilme olasılığı, eğitim bilgisi bulunmayan kişilere göre daha

fazladır. İstek gönderen kişinin kadın olması isteğin kabul ihtimalini iki kat artırmaktadır. İstek gönderen kişinin *ilişkisi var* ise kabul edilme ihtimali iki kat daha azdır. Bir başka deyişle, ilişkisi olmayan kişilerden gelen isteklerin kabul edilme ihtimali ilişkisi olanlara göre iki kat daha fazladır. İstek gönderen hesabın profil fotoğrafının *güzel/yakışıklı* olması isteğin kabul edilme ihtimalini artıran bir diğer faktördür. Erkeklerin kendilerine gönderilen isteği kabul etme ihtimali, kadınlara göre iki kattan daha fazladır. Kendilerine gelen arkadaşlık isteğini kabul etmesi söylenen katılımcıların cinsiyetleri, sınıf düzeyleri ve gelirleri ile daha sonra bu kişilerle arkadaş kalıp kalmamaları arasında herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir. Benzer şekilde arkadaşlıktan çıkarma ya da arkadaş kalma sebepleri ile katılımcının cinsiyeti, sınıf düzeyi ve geliri arasında anlamlı bir ilişki görülmemektedir.

Saha ve laboratuvar uygulamasında elde edilen sonuçlar istatistiksel olarak incelendiğinde, hem kadın hem erkek kullanıcılar bir deney içerisinde olduklarını bilmedikleri saha uygulamasında kendilerine gelen istekleri kabul etmeye daha çok eğilimlidir. Laboratuvar uygulanmasında ise katılımcıların, derslikte başkaları ile birlikte olmasından dolayı, gelen istekleri daha az kabul ettikleri görülmüştür. Yapılan analizler sonucunda profili incelemenin, katılımcıların istekleri kabul etme ve arkadaş kalması üzerinde etkisinin olmadığı görülmüştür.

Araştırma bulgularının, ilgili literatüre paralel olduğu görülmektedir. Child ve Westermann (2013) yaptıkları çalışmada, kullanıcıların ebeveynleri ile arkadaş olmasının kullanıcı paylaşımlarını etkilediğini bulgusuna ulaşmıştır. Sibona ve Walczak (2011) tarafından elde edilen bulgulara paralel bir bulguda arkadaşlıktan çıkarma sebebi üzerine olduğu söylenebilir. Araştırmacılar, yaptıkları çalışmada önemsiz ve sık gönderi paylaşmanın bireylerin arkadaşlıktan çıkarılmasında önemli bir unsur olduğunu ortaya koymuştur. Cinsiyetin arkadaşlık isteğinin kabulünde etkili olduğu ve profil fotoğrafının isteğin kabul edilmesinde etkisinin olmadığı bulgusu ise Hattingh ve arkadaşlarının (2014) yaptıkları çalışma sonucunda elde edilmiştir. Elde edilen bu bulgu, araştırma sonucunda elde edilen bulguları destekler niteliktedir.

Araştırmanın Kısıtları ve Öneriler

Araştırma bazı sınırlılıklara sahiptir. Deneysel araştırma yönteminde hayali hesaplardan arkadaşlık isteği gönderilebilmesi için gerekli olan gizlilik ayarlarına uygun katılımcılar araştırmaya dahil edildiği için araştırma daha büyük örneklem üzerinde

gerçekleştirilememiştir. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalar daha fazla örneklem sayıları ile uygulanabilir. Ayrıca saha ve laboratuvar uygulamasına katılanların büyük çoğunluğunun erkeklerden oluşması araştırmanın diğer kısıtlardan biridir. Katılımcıların gerçek hayatlarında duygusal bir ilişkisinin olup olmadığı bilinmediğinden dolayı katılımcının ilişki durumunun arkadaşlık isteğini kabul üzerindeki etkisi ölçülememiştir.

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, genç ve yaşlılara 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. Arkadaşlık ilişkilerini araştırmak amacıyla deneysel araştırma yöntemi dışında Facebook'tan veri çekme veya mülakat gibi farklı araştırma yöntemleri kullanılarak yeni araştırmalar yapılabilir. Ayrıca araştırmacılar ile işbirliği yapmayı kabul eden katılımcıların Facebook hesaplarından; uygunsuz, şiddet içeren, cinsiyetçi, politik vb. paylaşımlar düzenli aralıklarla yapılarak, arkadaşlarının tepkileri ve arkadaşlıktan çıkarılma olasılıkları incelenebilir. Özellikle 50 yaş üstü kullanıcıların sosyal ağlarda arkadaşlık isteği kabulündeki hassasiyet düzeyleri ölçülebilir. Son zamanlarda sosyal ağlar üzerinde çokça görülen dolandırıcılık vakaları, özellikle 50 yaş ve üzeri kullanıcılar için hayali hesaplar üzerinden deneysel araştırma yöntemleri kullanılarak araştırılabilir. Kullanıcıların sosyal ağları kullanarak zamanla kazandıkları - beğeniye karşılık beğeni, gönül alma beğenileri, virüs farkındalığı, yıl dönümü tebriklerini kaçırmama ve manipülasyon ayırt edebilme gibi gerçek hayatta çoğu zaman karşılığı olmayan- sosyal ağ jargonuna hâkimiyetleri, kullanıcıların sosyal ağ kullanım tecrübesi ve yoğunluğu açısından araştırılabilir. Duygusal partnerlerin birbirleriyle gerçek hayattaki ilişkilerinin hayat seyri ile sosyal ağlardaki arkadaşlıklarının hayat seyri karşılaştırılarak 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
- Adams, R. G., Blieszner, R. ve De Vries, B. (2000). Definitions of Friendship in the Third Age: Age, Gender, and Study Location Effects. *Journal of Aging Studies*, 14(1), 117. doi: 10.1016/S0890-4065(00)80019-5
- Altman, I. ve Taylor, D. A. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. Oxford, England: Holt, Rinehart & Winston.
- Argyle, M. ve Henderson, M. (1985). *The Anatomy of Relationships and the Rules and Skills Needed to Manage Them Successfully*. London: Heinemann.
- Atasoy, İ. (2005). *Gençlik ve Arkadaşlık*, Nesil Yay. İstanbul
- Bagozzi, R. P. ve 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
- Baker, L. R. ve Oswald, D. L. (2010). Shyness and Online Social Networking Services. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(7), 873-889.
- Bane, C. M., Cornish, M., Erspamer, N. ve Kampman, L. (2010). Self-Disclosure Through Weblogs and Perceptions of Online and “Real-Life” Friendships among Female Bloggers. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 131-139.
- 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.

- Beer, D. D. (2008). Social Network (Ing) Sites... Revisiting the Story So Far: A Response to danah Boyd & Nicole Ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(2), 516-529.
- Bennett, D. (2013). The Dunbar Number, from the Guru of Social Networks. Bloomberg Businessweek. 12 Haziran 2017 tarihinde http://lifaa.net/news_%20forum/The+Dunbar+Number,+From+the+Guru+of+Social+Networks.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Bevan, J. L., Ang, P. C. ve Fearn, J. B. (2014). Being Unfriended on Facebook: An Application of Expectancy Violation Theory. *Computers in Human Behavior*, 33, 171-178.
- Bevan, J. L., Pfyf, J. ve Barclay, B. (2012). Negative Emotional and Cognitive Responses to Being Unfriended on Facebook: An Exploratory Study. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1458-1464.
- Bloor, C. (2010). What are Friends for? In D.E. Wittkower (Ed.), *Facebook and philosophy* (147-159). Chicago, IL: Open Court Press.
- Boase, J. ve Wellman, B. (2006). Personal Relationships: On and Off the Internet. *The Cambridge Handbook of Personal Relationships*, 709-723.
- 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.
- Bonebrake, K. (2002). College Students' Internet Use, Relationship Formation and Personality Correlates. *CyberPsychology & Behavior*, 5(6), 551-557.
- Boyd, D. (2008). Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion and Social Convergence. *Convergence*, 14(1), 13-20.
- 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.

- Caldwell, M. A. ve Peplau, L. A. (1982). Sex Differences in Same-Sex Friendship. *Sex Roles*, 8(7), 721-732.
- Canary, D. J., Stafford, L., Hause, K. S. ve Wallace, L. A. (1993). An Inductive Analysis of Relational Maintenance Strategies: Comparisons among Lovers, Relatives, Friends and Others. *Communication Research Reports*, 10(1), 3-14.
- Canary, D. J. ve Stafford, L. (Eds.). (1994). *Communication and Relational Maintenance*. San Diego, CA: Academic Press
- 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.tpronline.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.
- Clark, M. S. ve Grote, N. K. (1998). Why Aren't Indices of Relationship Costs Always Negatively Related to Indices of Relationship Quality? *Personality and Social Psychology Review*, 2(1), 2-17.
- Condella, C. (2010). Why Can't We Be Virtual Friends? Facebook and Philosophy: *What's on Your Mind*, 111-121.
- Croom, C., Gross, B., Rosen, L. D. ve Rosen, B. (2016). What's Her Face (book)? How Many of Their Facebook "Friends" Can College Students Actually Identify? *Computers in Human Behavior*, 56, 135-141.
- 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.
- Dabner, N. (2012). Breaking Ground in the Use of Social Media: A Case Study of a University Earthquake Response to Inform Educational Design with Facebook. *Internet and Higher Education*, 15(1), 69-78. doi:10.1016/j.iheduc.2011.06.001

- Dawson, R. (2012). Is Aristotle Right About Friendship?. *Praxis*, 3(2), 13-12 Eylül 2017 tarihinde http://castela.net/praxis/vol3issue2/Dawson_Aristotle_Friendship%20-%20FINAL.pdf sayfasından erişilmiştir.
- DeAndrea, D. C., Ellison, N. B., LaRose, R., Steinfield, C. ve Fiore, A. (2012). Serious Social Media: On the Use of Social Media for Improving Students' Adjustment to College. *The Internet and Higher Education*, 15(1), 15-23.
- Demir, B. (2002). *Hız. Peygamber ve Çocuk Eğitimi*, İstanbul: İnsan Vakfı Yay.
- Deresiewicz, W. (2009). The End of Solitude. *The Chronicle of Higher Education*, 55(21), 6.
- Dickens, W. J. ve Perlman, D. (1981). Friendship over The Life-Cycle. *Personal Relationships*, 2, 91-122.
- 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.
- Dittmar, H. ve Howard, S. (2004). Thin-ideal Internalization and Social Comparison Tendency as Moderators of Media Models' Impact on Women's Body-Focused Anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(6), 768-791.
- Donath, J. ve Boyd, D. (2004). Public Displays of Connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82.
- Dunn, W. N. (1983). Social Network Theory. *Knowledge*, 4(3), 453-461.
- Durakoğlu, A. ve Gökçearslan, Ş. (2010). Lise Öğrencilerinin Empatik Eğilim Düzeyinin Çeşitli Değişkenlerle İlişkisi. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(3), 354-364.
- 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., Heino, R. ve Gibbs, J. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441.

- Everhart, J. (2009). YouTube in the Science Classroom. *Science and Children*, 46(9), 32-35. 10 Haziran 2017 tarihinde <http://eric.ed.gov/?id=EJ850032> sayfasından erişilmiştir.
- Fehr, B. (1995). *Friendship Processes* (Vol. 12). SAGE Publications.: CA.
- Finin, T., Ding, L., Zhou, L. ve Joshi, A. (2005). Social Networking on the Semantic Web. *The Learning Organization*, 12(5), 418-435.
- Frampton, B. D. ve Child, J. T. (2013). Friend or not to Friend: Coworker Facebook Friend Requests as an Application of Communication Privacy Management Theory. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2257-2264.
- Fröding, B. ve Peterson, M. (2012). Why Virtual Friendship is No Genuine Friendship. *Ethics and Information Technology*, 14(3), 201-207.
- Galambos, N. L., Barker, E. T. ve Krahn, H. J. (2006). Depression, Self-Esteem and Anger in Emerging Adulthood: Seven-Year Trajectories. *Developmental Psychology*, 42(2), 350-365.
- Gangadharbatla, H. (2008). Facebook Me: Collective Self-Esteem, Need to Belong and Internet Self-Efficacy as Predictors of the iGeneration's Attitudes toward Social Networking Sites. *Journal of Interactive Advertising*, 8(2), 5-15.
- Gashi, L. ve Knautz, K. (2016). Unfriending and Becoming Unfriended on Facebook. *Facets of Facebook: Use and Users*, 1, 1-44
- 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.
- Haferkamp, N. ve Krämer, N. C. (2011). Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14(5), 309-314.
- Hair, J. E., Anderson, R. E., Tatman, R. L. ve Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Hamington, M. (2010). Care Ethics, Friendship and Facebook. In D.E. Wittkower (Ed.), *Facebook and Philosophy* (pp. 135-147). Chicago, IL: Open Court Press.

- Hattingh, F., Buitendag, A. ve Thompson, W. (2014). *User Willingness to Accept Friend Requests on SNS: A Facebook Experiment*. In IST-Africa Conference Proceedings, 2014 (pp. 1-8). IEEE.
- Haytko, D. L. (2004). Firm-to-Firm and Interpersonal Relationships: Perspectives from Advertising Agency Account Managers. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 3, 312.
- Healy, M. (2011). Should We Take the Friendships of Children Seriously? *Journal of Moral Education*, 40(4), 441-456. doi:10.1080/03057240.2011.618774
- Hempel, J. ve Kowitt, B. (2009). How Facebook is Taking over Our Lives. *Fortune International*, 159(4), 34-41.
- Hruschka, D. J. (2010). *Friendship: Development, Ecology and Evolution of a Relationship*. Berkeley: University of California 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 29 Eylül 2017 tarihinde erişilmiştir.
- <https://about.pinterest.com/tr/press/press> 07 Ekim 2017 tarihinde erişilmiştir.
- https://bkmexpress.com.tr/digital_dunyada_2016_yilinin_ilk_turkiye_istatistikleri. 16 Ağustos 2017 tarihinde erişilmiştir.
- <https://jonworth.eu/social-network-friendconnectionfollow-criteria/> 07.10.2017 tarihinde erişilmiştir.
- <https://myspace.com/pressroom> 30 Eylül 2017 tarihinde erişilmiştir.
- <https://myspace.com/pressroom/aboutmyspace> 5 Ekim 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.britannica.com/topic/Google-Inc> 07.10.2017 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/> 5 Ekim 2017 tarihinde erişilmiştir.

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> 5 Ekim 2017 tarihinde erişilmiştir.

<https://www.statista.com/topics/751/facebook/> 12 Haziran 2017 tarihinde erişilmiştir.

<https://www.wikipedia.org/> 12 Haziran 2017 tarihinde erişilmiştir.

Hu, Y., Manikonda, L. ve Kambhampati, S. (2014). *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types*. In Icwsm.

Hum, N. J., Chamberlin, P. E., Hambright, B. L., Portwood, A. C., Schat, A. C. ve Bevan, J. L. (2011). A Picture is Worth a Thousand Words: A Content Analysis of Facebook Profile Photographs. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1828-1833.

Jackson, T., Soderlind, A. ve Weiss, K. E. (2000). Personality Traits and Quality of Relationships as Predictors of Future Loneliness among American College Students. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 28(5), 463-470.

Johnson, M. A. (1989). Variables Associated with Friendship in an Adult Population. *The Journal of Social Psychology*, 129(3), 379-390.

Kalpidou, M., Costin, D. ve Morris, J. (2011). The Relationship between Facebook and the Well-Being of Undergraduate College Students. *CyberPsychology, Behavior and Social Networking*, 14(4), 183-189.

Karagöz, Y. (2015). SPSS 22 Uygulamalı Biyoistatistik, 2. Basım, Ankara: Nobel

Karasar, N., (2016). *Bilimsel İrade ve Algı Çerçevesi ile Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Keenan, A. ve Shiri, A. (2009). Sociability and Social Interaction on Social Networking Websites. *Library Review*, 58(6), 438-450.

Knapp, M. L. (1984). *Interpersonal Communication and Human Relationships (3rd ed.)*. Boston: Allyn and Bacon.

Kneidinger, B. (2014). Intergenerational Contacts Online: An Exploratory Study of Cross-Generational Facebook “friendships”. *Studies in Communication Sciences*, 14(1), 12-19.

Lampe, C., Ellison, N. ve Steinfield, C. (2006). *A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing*. In Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work (pp. 167-170). ACM.

- Lampe, C., Ellison, N. ve Steinfield, C. (2007). *A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network*. Chi Proceedings, April-May, 435-444.
- Lee, J. E. R., Moore, D. C., Park, E. A. ve Park, S. G. (2012). Who Wants to be “Friend-Rich”? Social Compensatory Friending on Facebook and the Moderating Role of Public Self-Consciousness. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 1036-1043.
- Lewis, J. ve West, A. (2009). ‘Friending’: London-Based Undergraduates’ Experience of Facebook. *New Media & Society*, 11(7), 1209-1229. doi:10.1177/1461444809342058
- Li, Y., Wu, C., Luo, P. ve Zhang, W. (2013). Exploring the Characteristics of Innovation Adoption in Social Networks: Structure, Homophily and Strategy. *Entropy*, 15(7), 2662-2678.
- Limperos, A. M., Tamul, D. J., Woolley, J. K., Spinda, J. S. ve Sundar, S. S. (2014). “It’s Not Who You Know, but Who You Add:” An Investigation into the Differential Impact of Friend Adding and Self-Disclosure on Interpersonal Perceptions on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 35, 496-505.
- Linaa Jensen, J. ve Scott Sørensen, A. (2013). Nobody has 257 Friends. *Nordicom Review*, 34(1), 49-62.
- Livingstone, S. (2008). Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression. *New media & society*, 10(3), 393-411.
- 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.
- Manago, A. M., Taylor, T. ve Greenfield, P. M. (2012). Me and My 400 friends: The Anatomy of College Students' Facebook Networks, Their Communication Patterns, and Well-Being. *Developmental Psychology*, 48(2), 369.
- Marin, A. ve Wellman, B. (2011). *Social Network Analysis: An Introduction*. The SAGE Handbook of Social Network Analysis, 11-25
- Matis, G., Birbilis, T. ve Kontogianidis, K. (2009). Glasgow Coma Scale and APACHE II System Data-are They Normally Distributed. *Chirurgia*, 104: 91-96

- McCarthy, C. (2007, August 13). 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.
- Mikami, A. (2010). The Importance of Friendship for Youth with Attention Deficit/Hyperactivity Disorder. *Clinical Child & Family Psychology Review*, 13(2), 181-198. doi:10.1007/s10567-010-0067-y
- Morimoto, S. A. ve Yang, S. (2013). What Friendship Entails: An Empirical Analysis of Graduate Students’ Social Networks. *Sociological Spectrum*, 33(2), 99-116. doi:10.1080/02732173.2013.732870
- Mullen, C. ve Hamilton, N. F. (2016). Adolescents' Response to Parental Facebook Friend Requests: The Comparative Influence of Privacy Management, Parent-Child Relational Quality, Attitude and Peer Influence. *Computers in Human Behavior*, 60, 165-172.
- Osborn, J. L. (2000). *A Comparison of the Defining Characteristics, Constitutive Speech Events and Relational Provisions of Online and Offline Friendships* (Doktora Tezi, The Ohio State University).
- Oswald, D. L., Clark, E. M. ve Kelly, C. M. (2004). Friendship Maintenance: An Analysis of Individual and Dyad Behaviors. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(3), 413-441.
- Parks, M. R. (1997). Communication Networks and Relationship Life Cycles. In S. Duck, R. S. L. Mills, W. Ickes, K. Dindia, R. M. Milardo ve B. R. Sarason (Eds.), *Handbook of Personal Relationships* (2nd ed., pp. 351–372). Chichester, UK: Wiley.
- Parks, M. R. ve Roberts, L. D. (1998). Making MOOsic': The Development of Personal Relationships on Line and a Comparison to their Off-Line Counterparts. *Journal of Social and Personal Relationships*, 15(4), 517-537.
- Parks, M. R. ve Floyd, K. (1996). Making Friends in Cyberspace. *Journal of Communication*, 46, 80-97.

- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A. ve Calvert, S. L. (2009). College Students' Social Networking Experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.
- Randall, C. (2011). e-Society. *Social Trends*, 41(1), 114-145.
- Rawlins, W. K. (1992). *Friendship Matters: Communication, Dialectic, and the Life Course*. New York: Aldine de Gruyter.
- Raynes-Goldie, K. (2010). Aliases, Creeping and Wall Cleaning: Understanding Privacy in the Age of Facebook. *First Monday*, 15(1).
- Reis, H. T. (1990). The Role of Intimacy in Interpersonal Relations. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9(1), 15-30.
- Reisman, J. M. ve Shorr, S. I. (1978). Friendship Claims and Expectations among Children and Adults. *Child Development*, 913-916.
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. MIT press.
- Riva, G. (2001). Shared Hypermedia: Communication and Interaction in Web-Based Learning Environments. *Journal of Educational Computing Research*, 25(3), 205-226.
- Roberts, D. and Foehr, U., (2008). Trends in Media Use. *The Future of Children*, 18, 11-38.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. ve Orr, R. R. (2009). Personality and Motivations Associated with Facebook Use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.
- Ruef, M., Aldrich, H. E. ve Carter, N. M. (2003). The Structure of Founding Teams: Homophily, Strong Ties and Isolation among US Entrepreneurs. *American Sociological Review*, 195-222.
- Sandell, J. (1998). I'll be There for You: Friends and the Fantasy of Alternative Families. *American Studies*, 39(2), 141-155.
- Sarapin, S. H. ve Morris, P. L. (2015). Faculty and Facebook Friending: Instructor–Student Online Social communication from the Professor's Perspective. *The Internet and Higher Education*, 27, 14-23.

- Schmitt, K., Dayanim, S. ve Matthias, S. (2008). Personal Homepage Construction as an Expression of Social Development. *Developmental Psychology*, 44, 496-506.
- Schultz-Jones, B. (2009). Examining Information Behavior Through Social Networks: An Interdisciplinary Review. *Journal of Documentation*, 65(4), 592-631.
- Scott, J. (1991). *Social Network Analysis*. Sage, London
- Sheldon, P. (2008). The Relationship between Unwillingness-to-Communicate and Students' Facebook Use. *Journal of Media Psychology*, 20(2), 67-75.
- Sheldon, P. (2015). Understanding Students' Reasons and Gender Differences in Adding Faculty as Facebook Friends. *Computers in Human Behavior*, 53, 58-62.
- 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.
- Stafford, L. (2003). Maintaining Romantic Relationships: Summary and Analysis of One Research Program. Maintaining Relationships through Communication: *Relational, contextual, and cultural variations*, 51-77.
- Stafford, L., Dainton, M. ve Haas, S. (2000). Measuring Routine and Strategic Relational Maintenance: Scale Revision, Sex versus Gender Roles and the Prediction of Relational Characteristics. *Communications Monographs*, 67(3), 306-323.
- Stern, L. A. ve Taylor, K. (2007). Social Networking on Facebook. *Journal of the Communication, Speech & Theatre Association of North Dakota*, 20(2007), 9-20.
- 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.
- Şengül, O. (2017). *2 Saatte A'dan Z'ye Dijital Pazarlama*. İstanbul: Cinius
- Şenoğlu, B. ve Acıtaş, Ş. (2014). *İstatistiksel Deney Tasarımı: Sabit Etkili Modeller*. Ankara: Nobel.

- Tedesco, M. (2010). *The Friendship that Makes No Demands*. Facebook and Philosophy. Chicago: Carus Publishing, 123-134.
- Thalos, M. (2010). Why I am Not a Friend. In D.E. Wittkower (Ed.), *Facebook and Philosophy* (pp. 75-89). Chicago, IL: Open Court Press.
- Thompsen, P. A. ve Ahn, D. K. (1992). To be or Not to be: An Exploration of E-prime, Copula Deletion and Flaming in Electronic Mail. *ETC: A Review of General Semantics*, 146-164.
- Thorndike, R. K. (1920). Intelligence and Its Uses. *Harper's Magazine*, 140, 227-335.
- Tidwell, L. C. ve Walther, J. B. (2002). Computer-Mediated Communication Effects on Disclosure, Impressions and Interpersonal Evaluations: Getting to Know One Another a Bit at a Time. *Human Communication Research*, 28(3), 317-348.
- 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.
- USA Today Magazine, (1993). *USA Today Magazine*, 122 (2578), 9-10.
- 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.
- van den Eijnden, R., Meerkerk, G., Vermulst, A., Spijkerman, R ve Engels, R. (2008). Online Communication, Compulsive Internet Use and Psychosocial Well-Being Among Adolescents: A Longitudinal Study. *Developmental Psychology*, 44, 655-665.

- Vasalou, A., Joinson, A. N. ve Courvoisier, D. (2010). Cultural Differences, Experience with Social Networks and the Nature of “True Commitment” in Facebook. *International Journal of Human-Computer Studies*, 68(10), 719-728.
- Verbrugge, L. M. (1983). A Research Note on Adult Friendship Contact: A Dyadic Perspective. *Social Forces*, 78-83.
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N. ve Lampe, C. (2011). It's Complicated: Facebook Users' Political Participation in the 2008 Election. *CyberPsychology, Behavior and Social Networking*, 14(3), 107-114.
- Voss, K., Markiewicz, D. ve Doyle, A. B. (1999). Friendship, Marriage and Self-Esteem. *Journal of Social and Personal Relationships*, 16(1), 103-122.
- Walther, J. B. (1996). Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Walther, J. B., Van Der Heide, B., Kim, S. Y., Westerman, D. ve Tong, S. T. (2008). The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep?. *Human Communication Research*, 34(1), 28-49.
- Wang, S. S. (2015). To Unfriend or Not: Exploring Factors Affecting Users in Keeping Friends on Facebook and the Implications on Mediated Voyeurism. *Asian Journal of Communication*, 25(5), 465-485.
- 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.
- Weeks, B. E. ve Holbert, R. L. (2013). Predicting Dissemination of News Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending, and Partisanship. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(2), 212-232.
- Wellman, B. ve Gulia, M. (1999). Net Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities As Communities. *Networks in the Global Village*, 331-366.
- Wellman, B. ve Wortley, S. (1990). Different Strokes from Different Folks: Community Ties and Social Support. *American Journal of Sociology*, 96(3), 558-588.

Willoughby, T. (2008). A Short-Term Longitudinal Study of Internet and Computer Game Use by Adolescent Boys and Girls: Prevalence, Frequency of Use and Psychosocial Factors. *Developmental Psychology*, 4, 195-204.

Yavuz, K. (1987). *Çocukta Dinî Duygu ve Düşüncenin Gelişmesi*, Ankara: DİB Yay.

Yee, N. ve Bailenson, J. (2007). The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior. *Human Communication Research*, 33, 271-290.

EKLER

EK 1: Facebook Kullanım Anketi

02.08.2017

Facebook Arkadaşlıkları

Facebook Arkadaşlıkları

Değerli Katılımcı;

Bu çalışmanın amacı bireylerin Facebook üzerindeki arkadaşlık ilişkilerini araştırmaktır. Katılımcıların verdiği her türlü bilgi gizli tutulacaktır. Ankete katılımınız için teşekkür ederiz.

Arş. Gör. Cemil AKKAŞ
Doç. Dr. Hülya BAKIRTAŞ
Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü
Aksaray Üniversitesi

* Gerekli

I. Bölüm: Sosyal medya ve genel arkadaşlık ilişkisi

1. 1) Adınız-Soyadınız *

2. 2) Gerçek hayatta yaklaşık olarak kaç arkadaşınız var? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- 0-11
 12-20
 21 ve üstü

3. 3) Sosyal ağ sitelerini yaklaşık kaç yıldır kullanıyorsunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- 1-3
 4-6
 7-9
 10 ve daha fazla

4. 4) Arkadaş listemde ailemden *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- Annem var
 Babam var
 Kardeşim/Kardeşlerim var
 Hiçbiri yok

5. 5) Aile üyelerinizin olmadığı başka bir hesabınız var mı? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Evet
 Hayır

6. 6) Arkadaş listenizde aile üyelerinizin olması sizi daha dikkatli paylaşım yapmaya yöneltir mi? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Evet
 Hayır

7. 7) Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteğini kabul ettiğim kişileri *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- Gerçek hayatta tanıyorum
 Sosyal ağlardan tanıyorum
 Hem gerçek hayatta hem de sosyal ağlarda tanıyorum
 Hiç tanımıyorum

8. 8) Tanımadığınız bir kişiden arkadaşlık isteği geldiğinde genellikle *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Hemen kabul ederim
 İnceleyerek kabul ederim
 Kabul etmem

9. 9) Tanımadığınız bir kişiden arkadaşlık isteği geldiğinde kendisine onu tanımadığınıza dair bir mesaj gönderir misiniz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Evet, her zaman
 Bazen gönderirim
 Hayır, göndermem

10. 10) Tanımadığınız bir Facebook hesabından gelen arkadaşlık isteğini kabul etmenizden etkili olan 3 faktörü seçiniz (yalnızca 3 tane işaretleyiniz) *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- Sempatiklik
 Politik görüş
 Dini inanç
 Aynı yaş grubunda olmak
 Profil resmi
 Hemcinsim olması
 Karşı cins olması
 Paylaşımları
 Memleketi
 Aynı üniversitede okuyor olmak
 Diğer: _____

11. 11) Tanımadığınız bir Facebook hesabından gelen arkadaşlık isteğini reddetmenizden etkili olan faktörü seçiniz *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Tanımıyor olmam
- Ortak arkadaşınızın olmaması
- Hesap güvenilir gelmemesi
- Karşı cins olması
- Diğer: _____

12. 12) Facebook'ta herhangi birini arkadaşlıktan çıkarttınız mı? (Cevabınız hayır ise aşağıdaki soruları (13-16 arası) ve bundan sonra gelecek olan 3. bölümü boş bırakıp diğer bölüme geçin lütfen.) *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Evet
- Hayır (Cevabınız hayır ise lütfen aşağıdaki soruları boş bırakıp diğer bölüme geçin)

13. 13) Arkadaşlık listemden çıkardığım son kişi

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- İlkokul arkadaşım
- Lise arkadaşım
- Lisans arkadaşım
- Yüksek lisans arkadaşım
- Duygusal partnerim
- Komşu
- Çocukluk arkadaşı
- İş arkadaşı
- İnternet arkadaşı
- Aile üyelerinden birisi
- Arkadaşın arkadaşı
- Partnerimin arkadaşı
- Diğer: _____

14. 14) Bu arkadaşınızı çıkarırken hangi ortamdaki davranışı sizi etkiledi?

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Facebook'taki
- Gerçek hayattaki
- Emin değilim

15. 15) Bu kişiyi ne kadar zamandır tanıyorsunuz?*Yalnızca bir şikkı işaretleyin.*

- 1 yıldan az
 1-3 yıl
 4-6 yıl
 7-9 yıl
 10 yıl ve üstü

16. 16) Bu kişi ile gerçek hayatta son bir yılda kaç kez görüştünüz?*Yalnızca bir şikkı işaretleyin.*

- Hiç
 10'dan az
 11-20
 21-31
 32-42
 43 ve üstü

II. Bölüm: En son arkadaşlıktan çıkarılan kişinin Facebook paylaşımları

(Bir önceki bölümde yer alan 12. soruya Hayır cevabı verenler bu bölümü boş bırakıp diğer bölüme geçebilir.)

17. 1) Arkadaşınızın Facebook'taki davranışına ilişkin*Her satırda yalnızca bir şıkki işaretleyin.*

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Emin değilim	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Düzenli yaptığı sporlarla ilgili sık paylaşım yapardı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kendisinin sattığı bir ürün ya da hizmetin reklamlarını çok sık paylaşırdı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sporlarla ilgili maç skorlarını çok sık paylaşırdı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yıl dönümleri hakkında çok sık paylaşım yapardı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beni aşağılayıcı paylaşımları sık sık yapardı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bana karşı kaba ifadeler içeren gönderileri sık sık paylaşırdı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Satın aldığı şeyleri sık sık paylaşırdı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İlgimi çekmeyen gönderileri sık sık paylaşırdı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yemek ile ilgili gönderileri sık sık paylaşırdı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uygunsuz içerikleri sık sık paylaşırdı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çok sık gönderi paylaşırdı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Politik görüşü ile ilgili sık paylaşım yapardı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dini inançları ile ilgili sık paylaşım yapardı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cinsiyetçi ifadeler içeren paylaşımları sık sık yapardı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşyle ilgili sık paylaşım yapardı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kazandığı para ile ilgili sık paylaşım yapardı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evcil hayvanı ile ilgili sık paylaşım yapardı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İrkçi ifadeler içeren gönderileri sık sık paylaşırdı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. 2) En son arkadaşlıktan çıkardığınız kişiye ilişkin olarak, Facebook'ta hanginizin ilk arkadaşlık isteğini gönderdiğini hatırlıyor musunuz?*Yalnızca bir şıkki işaretleyin.*

- Arkadaşlık isteğini ben göndermişim (devamında 3. soruyu cevaplayıp diğer bölüme geçebilirsiniz)
- Arkadaşlık isteğini o göndermişti (devamında 4. soruyu cevaplayıp diğer bölüme geçebilirsiniz)
- Hatırlamıyorum (Hatırlamıyorsanız lütfen aşağıdaki soruları boş bırakıp diğer bölüme geçiniz)

19. 3) Facebook arkadaşlık isteğini siz gönderdiyseniz*Her satırda yalnızca bir şıkki işaretleyin.*

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Emin değilim	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Bu kişiyle arkadaş olma konusunda istekliydim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bu kişiyle arkadaş olmak beni heyecanlandırıyordu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bu kişiyle etkileşime geçmek istiyordum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bu kişiyle arkadaş olmak için oldukça güzel sebeplerim vardı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. 4) Facebook arkadaşlık isteğini bu kişi size gönderdiyse*Her satırda yalnızca bir şıkki işaretleyin.*

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Emin değilim	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Başta bu isteği kabul etme konusunda isteksizdim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bu isteği kabul etmeyi asla istemedim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bu kişi ile arkadaş olmak konusunda herhangi bir düşüncem yoktu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bu kişinin benimle neden arkadaş olmak istediğini bilmiyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

III. Bölüm: Genel Facebook Kullanımı**21. 1) Facebook'ta yaklaşık kaç arkadaşınız var, lütfen belirtiniz ***

22. 2) Son bir yıl içerisinde yaklaşık kaç kişiyi arkadaşlıktan çıkardınız? **Yalnızca bir şıkki işaretleyin.*

- 0-9
 10-19
 20-29
 30 ve üzeri

23. 3) Sizin son 6 ay içerisindeki Facebook gönderilerinizi beğenen, yorum yapan ya da paylaştığınız yaklaşık kaç arkadaşınız var? **Yalnızca bir şıkki işaretleyin.*

- 0-19
 20-39
 40-59
 60-79
 80 ve üzeri

24. 4) Facebook'a ne kadar sıklıkla giriyorsunuz? **Yalnızca bir şıkki işaretleyin.*

- Günde 1-3 kez
 Günde 4-6 kez
 Günde 7 ve üzeri
 Haftada bir kez
 Haftada bir kaç kez
 Ayda bir kez
 Ayda bir kezden daha az

25. 5) Profilinizde ne kadar sıklıkla gönderi yapmanız gerektiğini düşünöyorsunuz? **Yalnızca bir şıkki işaretleyin.*

- Günde bir kez
 Günde iki kez
 Günde ikiden fazla
 Haftada bir kaç kez
 Haftada bir kez
 Ayda bir kez
 Ayda bir kezden daha az

26. 6) Ne kadar sıklıkla gönderi paylaşıyorsunuz? **Yalnızca bir şıkki işaretleyin.*

- Günde bir kez
 Günde iki kez
 Günde ikiden fazla
 Haftada bir kaç kez
 Haftada bir kez
 Ayda bir kez
 Ayda bir kezden daha az

27. 7) Facebook gönderilerinizle ilgili ifadelere katılım düzeyinizi belirtiniz **Her satırda yalnızca bir şıkki işaretleyin.*

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Emin değilim	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Uygun içerik paylaşıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yediğim yemekleri paylaşıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Doğum günleri ile ilgili paylaşım yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Satın aldığım şeyler ile ilgili paylaşım yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maç skorları ile ilgili paylaşım yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook gönderilerini sıklıkla paylaşıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gönderilerimde sert eleştiriler yapmaktan çekinmem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşim ile ilgili gönderi paylaşıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gündelik yaşama dair sıradan paylaşımlar yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yaptığım sporla ilgili paylaşımlar yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ticari amaçlı paylaşımlar yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paylaşımlarımda bazen kırıcı olduğumu düşünürüm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cinsiyetçi ifadeler içeren paylaşımlar yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnancım ile ilgili paylaşımlar yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para ile ilgili paylaşımlar yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Politik görüşüm ile ilgili paylaşımlar yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evcil hayvanlarım ile ilgili paylaşımlar yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İrkçi paylaşımlar yaparım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. 8) Facebook kullanımınızla ilgili aşağıdaki ifadelere katılım düzeyiniz belirtiniz **Her satırda yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Emin değilim	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Facebook'u öğrenmek benim için kolaydır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arkadaşlıklarımı sürdürmemde Facebook bana yardımcı olur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook'un kullanımı kolaydır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gönderi paylaşma kolaydır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arkadaşlarımdan yaptıklarından haberdar olma konusunda Facebook bana yardımcı olur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook beğendiğim özelliklere sahiptir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook kaliteli bir sitedir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook diğer sosyal ağ sitelerinden daha iyidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook kullanmaktan hoşlanıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook arkadaşlıkları sürdürmek için faydalıdır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook'u başkalarına tavsiye etmek için kullanırım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook, arkadaşlarımdan iletişim bilgilerini tutmamda yardımcı olur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook'tan tatmin oluyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook'taki arkadaş sayım gerçek hayattaki arkadaş sayımdan fazladır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook'ta ihtiyacım olan şeyi bulmam benim için kolaydır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

IV. Bölüm: Demografik Bilgiler**29. Yaşınız ***

30. Cinsiyetiniz **Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.* Kadın Erkek

31. Sınıfınız *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- 1
 2
 3
 4

32. Ailenizin ortalama geliri *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- 1700 altı
 1700 - 2499
 2500 - 3299
 3300 - 4099
 4100 ve üstü

33. İkamet edilen yer *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- Köy, kasaba vs.
 Şehir merkezleri(il, ilçe)

EK 2: Güzellik Testi Anketi³

02.08.2017 Hoşgeldiniz

Hoşgeldiniz
Katılımınız için teşekkür ederiz.
Doç. Dr. Hülya Bakırtaş
Arş. Gör. Cemil Akkaş

* Gerekli


1. Cinsiyetiniz *
Yalnızca bir şıkki işaretleyin.

Bayan
 Erkek

2. Sınıfınız *
Yalnızca bir şıkki işaretleyin.

1
 2
 3
 4

Bayan 1



3. Bayan 1 için puanım: *
Yalnızca bir şıkki işaretleyin.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Güzel Çok güzel

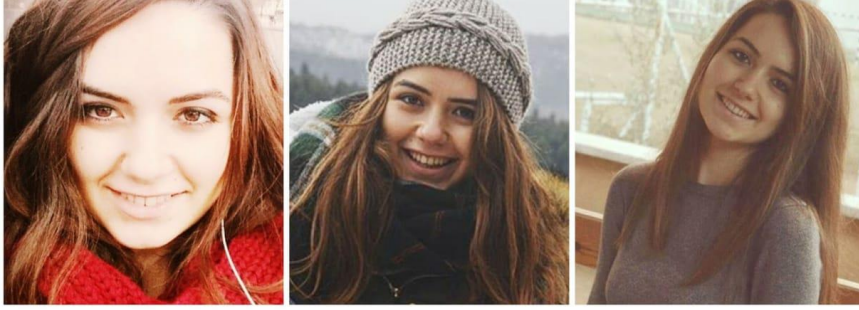
Bayan 2

https://docs.google.com/forms/d/1dgY62YxN0dAW-Nn_Nil_eqx6kJJEzNMmaRgp7qo5o/edit 1/11

³ Güzellik Testi içerisinde fotoğrafı bulunan kişiler, fotoğraflarının kullanılmasına yalnızca bu araştırma için izin vermişlerdir. Araştırma içerisinde kullanılan fotoğrafların, gelecekte yapılması planlanan diğer araştırmalar içerisinde kullanılabilmesi için fotoğraf sahiplerinden yeniden izin alınması gerekmektedir.

02.08.2017

Hoşgeldiniz



4. Bayan 2 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Güzel Çok güzel

Bayan 3



5. Bayan 3 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

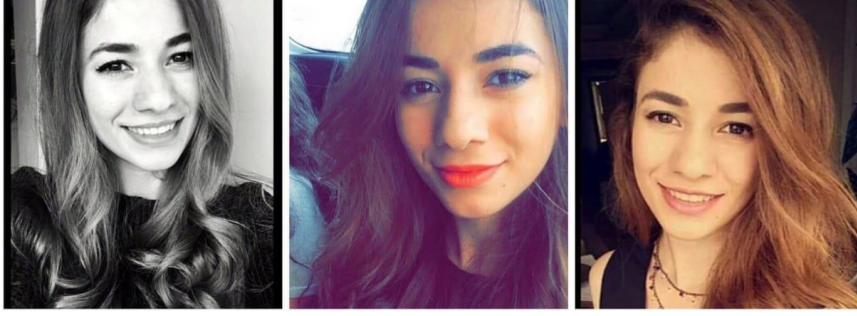
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Güzel Çok güzel

Bayan 4

02.08.2017

Hoşgeldiniz

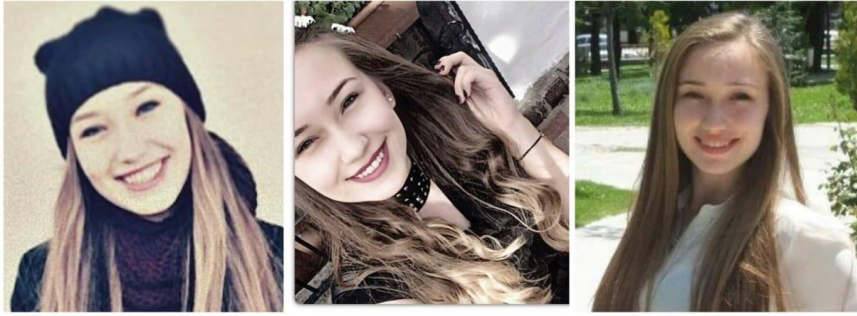


6. Bayan 4 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Güzel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çok güzel

Bayan 5



7. Bayan 5 için puanım *

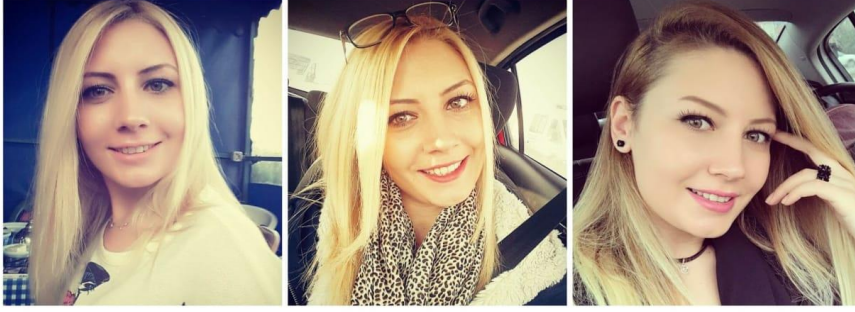
Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Güzel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çok güzel

Bayan 6

02.08.2017

Hoşgeldiniz

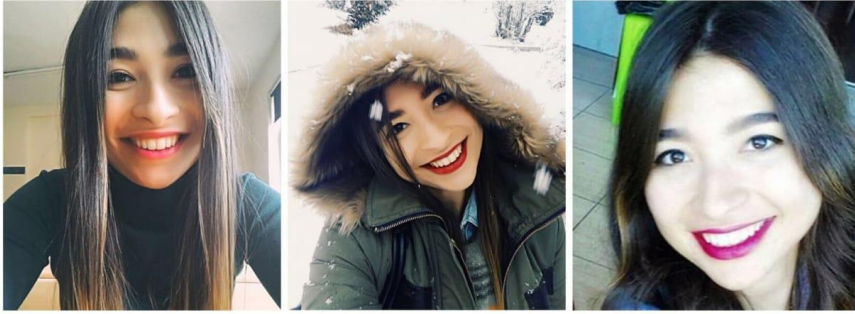


8. Bayan 6 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Güzel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çok güzel

Bayan 7



9. Bayan 7 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Güzel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çok güzel

Bayan 8

02.08.2017

Hoşgeldiniz

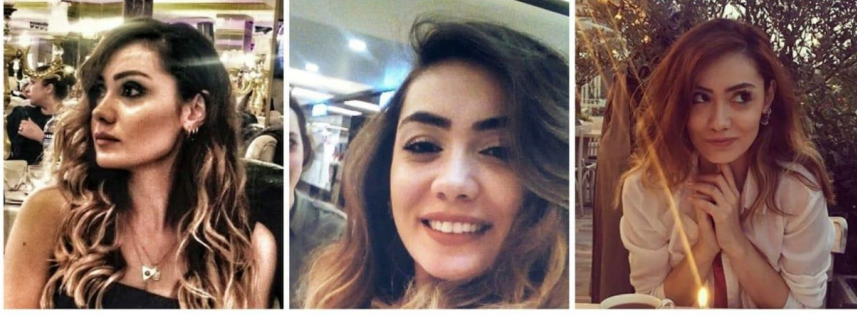


10. Bayan 8 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Güzel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çok güzel

Bayan 9



11. Bayan 9 için puanım *

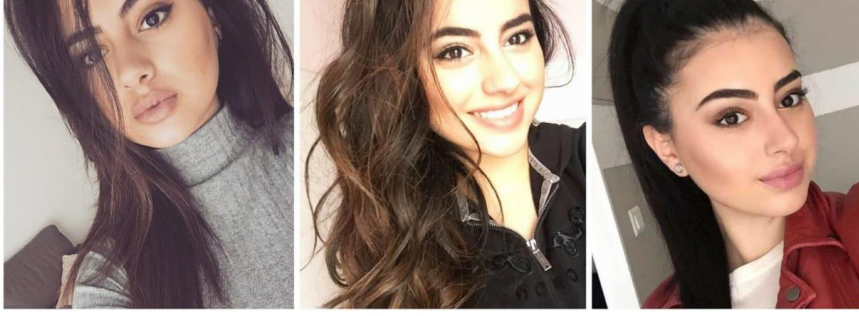
Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Güzel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çok güzel

Bayan 10

02.08.2017

Hoşgeldiniz



12. Bayan 10 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Güzel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çok güzel

Erkek 1



13. Erkek 1 için puanım *

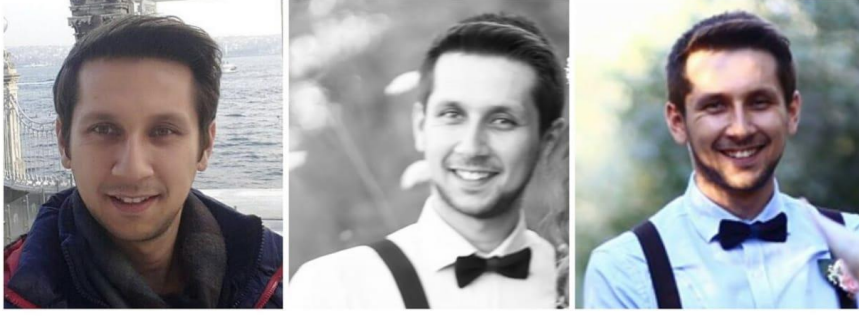
Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Yakışıklı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çok yakışıklı

Erkek 2

02.08.2017

Hoşgeldiniz



14. Erkek 2 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Yakışıklı Çok yakışıklı

Erkek 3



15. Erkek 3 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

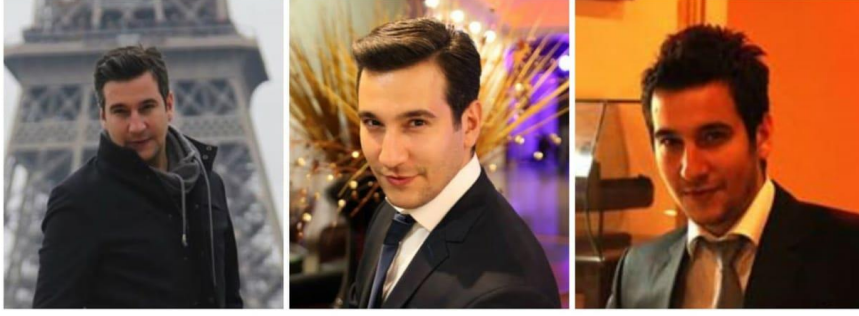
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Yakışıklı Çok yakışıklı

Erkek 4

02.08.2017

Hoşgeldiniz



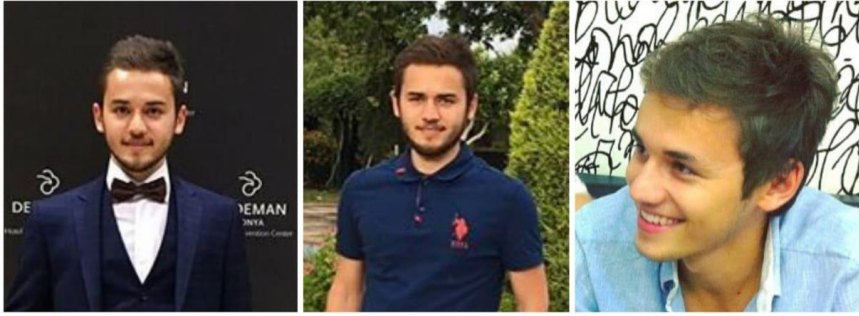
16. Erkek 4 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Yakışıklı Çok yakışıklı

Erkek 5



17. Erkek 5 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Yakışıklı Çok yakışıklı

Erkek 6

02.08.2017

Hoşgeldiniz



18. Erkek 6 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Yakışıklı Çok yakışıklı

Erkek 7



19. Erkek 7 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Yakı Çok yakışıklı

Erkek 8

02.08.2017

Hoşgeldiniz



20. Erkek 8 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Yakışıklı Çok yakışıklı

Erkek 9



21. Erkek 9 için puanım *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Yakışıklı Çok yakışıklı

Erkek 10

02.08.2017

Hoşgeldiniz



22. Erkek 10 için puanım *

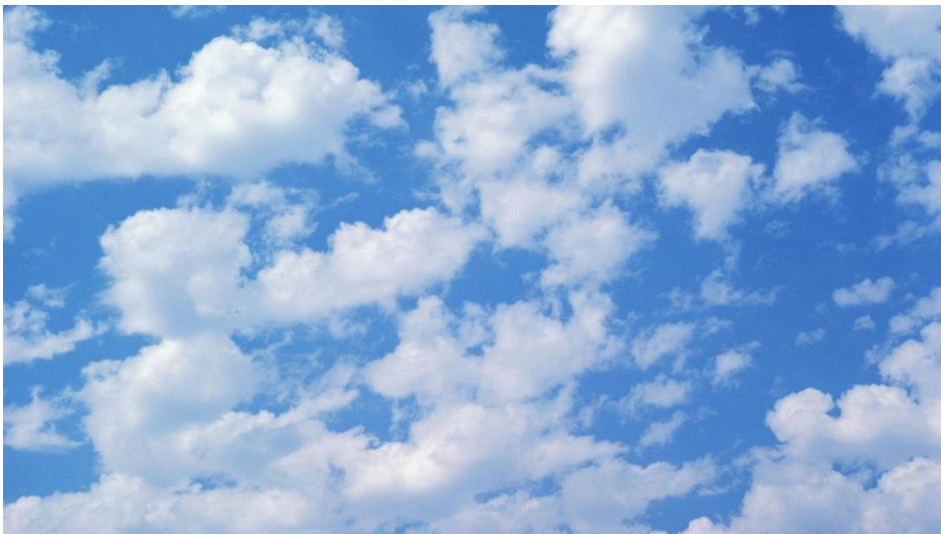
Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Yakışıklı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çok yakışıklı

Powered by
 Google Forms

EK 3: Hayali Facebook Hesaplarında Kullanılan Kapak Fotoğrafları





EK 4: Arkadaşlık İsteğini Kabul Etmeleri İstenen Katılımcılara Uygulanan Laboratuvar Uygulaması Anketi

Değerli Katılımcı;

Bu çalışmanın amacı bireylerin Facebook üzerindeki arkadaşlık ilişkilerini araştırmaktır. Katılımcıların verdiği her türlü bilgi gizli tutulacaktır. Ankete katılımınız için teşekkür ederiz.

Arş. Gör. Cemil AKKAŞ
Doç. Dr. Hülya BAKIRTAŞ
Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü
Aksaray Üniversitesi

I. BÖLÜM: DEMOGRAFİK BİLGİLER

1-) Yaşınız

2-) Cinsiyetiniz

- Bayan
 Erkek

3-) Kaçınıcı sınıftasınız?

- 1
 2
 3
 4

4-) Ailenizin ortalama gelir düzeyi

- 1700 ve altı
 1700-2499
 2500-3299
 3300-4099
 4100 ve üstü

5-) İkamet edilen yer

- Köy, kasaba vs.
 Şehir merkezleri (merkez ilçe, ilçe,)

II. ARAŞTIRMA SORULARI

1-) Arkadaşlık isteğini kabul ederken

- Profili inceledim
 Profili incelemedim

2-)Kabul etmenizin söylediği bu profili incelediğinizde ilk olarak dikkatinizi çeken neydi?

- Profil fotoğrafı
 Cinsiyeti
 Aynı üniversitede okuyor olmamız
 İlişki durumu

- Dikkatimi çeken bir şey yok

3-) İsteği kabul etmenizdeki etkili olan unsurları 1'den 5'e kadar önem derecesine göre sıralayınız

- (.....)Profil fotoğrafı
(.....)Cinsiyeti
(.....)Aynı üniversitede okuyor olmamız
(.....)İlişki durumu
(.....)Dikkatimi çeken bir şey yok

4-) Size arkadaşlık isteği gönderen bu hesabın profil fotoğrafını değerlendiriniz (verdiğiniz puanı yuvarlak içerisine alabilirsiniz.)

Çekici değil 1 2 3 4 5 Çekici

5-) Kabul etmenizden söylediği bu hesabı arkadaşlıktan çıkarttınız mı?

- Evet
 Hayır

6-) 5. Soruya cevabınız evet ise sebebini belirtiniz

- Tanımıyorum
 Ortak arkadaşımız yok
 Hesap güvenilir gelmedi
 Karşı cins olması
 Diğer (Lütfen belirtiniz).....

7-)5. Soruya cevabınız hayır ise arkadaş kalmanızda etkili olan unsurları önem derecesine göre sıralayınız.

- Profil resmi
 Cinsiyeti
 Aynı üniversitede olmamız
 Bir sebebi yok

EK 5: Arkadaşlık İsteğine Vereceği Cevapta Serbest Bırakılan Katılımcılara Uygulanan Laboratuvar Uygulaması Anketi

Değerli Katılımcı;

Bu çalışmanın amacı bireylerin Facebook üzerindeki arkadaşlık ilişkilerini araştırmaktır. Katılımcıların verdiği her türlü bilgi gizli tutulacaktır. Ankete katılımınız için teşekkür ederiz.

Arş. Gör. Cemil AKKAŞ
Doç. Dr. Hülya BAKIRTAŞ
Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü
Aksaray Üniversitesi

I. BÖLÜM: DEMOGRAFİK BİLGİLER

1-) Yaşınız

2-) Cinsiyetiniz

- Bayan
 Erkek

3-) Kaçınıcı sınıftasınız?

- 1
 2
 3
 4

4-) Ailenizin ortalama gelir düzeyi

- 1700 ve altı
 1700-2499
 2500-3299
 3300-4099
 4100 ve üstü

5-) İkamet edilen yer

- Köy, kasaba vs.
 Şehir merkezleri (merkez ilçe, ilçe,)

II. BÖLÜM ARAŞTIRMA SORULARI

1-) Arkadaşlık isteğini kabul ederken

- Profili inceledim
 Profili incelemedim

2-) Size gelen arkadaşlık isteğini kabul ettiniz mi?

- Evet
 Hayır

2. soruya cevabınız evet ise 3,4 ve 5. Soruları çözünüz

3-) Profili incelediğinizde ilk dikkatinizi çeken unsur nedir?

- Profil fotoğrafı
- Cinsiyeti
- Aynı üniversitede okuyor olmamız
- İlişki durumu
- Dikkatimi çeken bir şey yok

4-) İsteği kabul etmenizdeki etkili olan unsurları 1'den 5'e kadar önem derecesine göre sıralayınız

(.....)Profil fotoğrafı

(.....)Cinsiyeti

(.....)Aynı üniversitede okuyor olmamız

(.....)İlişki durumu

(.....)Dikkatimi çeken bir şey yok

5-) Size arkadaşlık isteği gönderen bu hesabın profil fotoğrafını değerlendiriniz (verdiğiniz puanı yuvarlak içerisine alabilirsiniz.)

Çekici değil 1 2 3 4 5 Çekici

6-) Arkadaşlık isteğini kabul etmediyseniz sebebini belirtiniz

- Tanımıyorum
- Ortak arkadaşımız yok
- Hesap güvenilir gelmedi
- Karşı cins olması
- Diğer (Lütfen belirtiniz).....

7-) Kabul ettiğiniz kişiyi daha sonra arkadaşlıktan çıkardınız mı?

- Evet
- Hayır

8-) 7. Soruya cevabınız evet ise, sebebi

- Tanımıyorum
- Ortak arkadaşımız yok
- Hesabı güvenilir bulmadım
- Diğer (Lütfen belirtiniz).....

9-) 7. Soruya cevabınız hayır ise, sebebi

- Profil resmi
- Cinsiyeti
- Aynı üniversitede olmamız
- Bir sebebi yok

EK 6: Katılımcı Bilgilendirme Metni

Merhabalar.

Ben Cemil Akkaş. Üniversitemizin Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisiyim. Bu çalışmada Facebook üzerinden gelen arkadaşlık isteklerine ilişkin düşünce ve davranışlarınızı araştırmayı amaçlıyorum. Yüksek lisans tezim için bu çalışmayı yapıyorum. Araştırma sonuçları yalnızca akademik amaçlar için kullanılacaktır.

Uygulamanın 30 dakikadan daha kısa sürmesi planlanmaktadır. Araştırma, katılımcıların gönüllülük ilkesi temelinde gerçekleştirilecektir. Araştırma sonucunda elde edilen kişisel veriler tamamıyla gizli tutulacaktır.

Herhangi bir sorunuz olursa, benimle iletişime geçebilirsiniz

Adres: Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Zemin Kat Oda no:130

e-posta: cemilakkas@gmail.com

EK 7: Aksaray Üniversitesi Etik Kurulu Karar Örneği

T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
İnsan Araştırmaları Etik Kurulu
Karar Örneği

Tarih	Toplantı Sayısı	Karar No
23.12.2016	6	2016/45-69

Üniversitemiz İnsan Araştırmaları Etik Kurulu 23.12.2016 tarihinde saat.14.00'de Kasım-Aralık 2016 döneminde yapılan başvuruları görüşmek üzere toplanarak aşağıdaki kararları almıştır:

Karar 2016/46: Yürütcülüğünü Doç.Dr. Hülya BAKIRTAŞ'ın yaptığı "Sosyal medyada arkadaşlık ilişkisinin belirleyicileri üzerine bir inceleme" başlıklı araştırma ile ilgili 2016/45 protokol numaralı başvurusu Kurulumuzca incelenmiş, Üniversitemizin İnsan Araştırmaları Etik Kurul Yönergesinde belirtilen etik ilkelere UYGUN olduğuna toplantıya katılan üyelerin oy birliği ile karar verilmiştir.

ASLI GİBİDİR
T.

Prof. Dr. M. Bahadır VAHOL
Aksaray Üniversitesi İnsan Araştırmaları
Etik Kurulu Başkanı

ÖZGEÇMİŞ



Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı	Akkaş, Cemil
Uyruğu	T.C
Doğum tarihi ve yeri	10.09.1990-Beyşehir
Medeni hali	Bekâr
Telefon	555 8226768
Faks	
E-posta	cemilakkas@gmail.com

Eğitim Derecesi	Okul/Program	Mezuniyet yılı
Lise	Mehmet Akif Ersoy Lisesi	2007
Lisans	Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü	2013
Yüksek Lisans	Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı	2017

İş Deneyimi, Yıl	Çalıştığı Yer	Görev
2 yıl	Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Araştırma Görevlisi

Yabancı Dil	İngilizce
-------------	-----------