

Sosyal Medyanın Sosyal Sermaye Üretimindeki Rolü ve Piyasa Dinamikleri: Ağ Dışsallıkları Bağlamında İyimser Varsayımlara Yönelik Nitel Bir Gerçeklik Sorgulaması

Harun Yakışık¹

Özet

Bu çalışma, sosyal medyanın sosyal sermaye katkı sağlama potansiyeline ilişkin literatürde hâkim olan iyimser yaklaşımları nitel bir perspektiften incelemekte ve eleştirel bir değerlendirme sunmaktadır. Sosyal sermayenin temel bileşenleri olan güven, karşılıklılık (mütekabiliyet), ağ ilişkileri ve iş birliği, sosyal medya ortamlarında giderek daha görünür hâle gelmektedir. Ancak bu artan görünürlük, her zaman kalıcı ve sürdürülebilir bir sermaye birikimine dönüşmemekte; çoğu durumda yüzeysel ilişkiler düzeyinde kalmaktadır. Literatürün eleştirel bir incelemesi göstermektedir ki, sosyal medya bilgi paylaşımı ve zayıf ilişki bağlarının genişletilmesi yoluyla sosyal sermayeye belirli ölçülerde katkı sunabilmektedir; buna karşılık doğrulanmamış bilgi, dijital eşitsizlikler ve kutuplaşma gibi yapısal sorunlar bu katkıyı önemli ölçüde sınırlamaktadır. Ayrıca dikkat ekonomisi ve gözetim kapitalizmi mantığıyla tasarlanan sosyal medya platformlarının, kullanıcıların odaklanma, empati ve birlikte sorun çözme kapasiteleri üzerinde yarattığı olumsuz etkiler, sosyal medyanın sosyal sermayeye katkılarını önemli hale getirmektedir. Bu çalışma, sosyal medyanın sosyal sermaye oluşumundaki rolünü bir nitel gerçeklik sorgulaması çerçevesinde ele alarak, alandaki aşırı iyimser varsayımların sınırlarını değerlendirmeyi ve literatüre daha dengeli bir eleştirel perspektif kazandırmayı amaçlamaktadır. Sosyal medya platformları aynı zamanda piyasa mantığıyla işleyen ağ ekonomileri olarak değerlendirilebilir. Ağ dışsallıkları çerçevesinde bir platforma katılan kullanıcı sayısı arttıkça platformun erişim ve görünürlük değeri yükselmekte; her yeni kullanıcı diğer kullanıcılar için ek ilişki ağı üretmektedir. Bununla birlikte bu

1 Prof. Dr., Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, haruny@karatekin.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-9542-1614

yapısal değer artışı, güven, karşılıklılık ve paylaşılan anlam gibi sosyal sermaye bileşenlerinde eş zamanlı bir artışı garanti etmemektedir. Bu nedenle sosyal medya ağları ekonomik anlamda değer üretirken toplumsal anlamda sermaye üretimi bakımından yetersiz kalabilen özgün dijital ortamlar olarak ortaya çıkmaktadır.

Çalışma yeni bir saha verisi üretmekten ziyade, sosyal medya–sosyal sermaye literatürünü eleştirel bir literatür değerlendirilmesi çerçevesinde inceleyerek, dijital görünürlük ile ilişkisel ve bilişsel derinlik arasındaki çelişkileri kavramsal düzeyde tartışmak suretiyle literatürdeki kuramsal boşluğa katkı sunmaktadır.

Giriş

Sosyal medya, günümüzün toplumsal, kültürel ve ekonomik yaşamında merkezi bir konuma yerleşmiş; bireylerin gündelik yaşam biçimlerini, toplumsal ilişkilerini ve siyasal katılım süreçlerini derinden etkilemiştir. Kullanıcıların yalnızca pasif bilgi tüketicileri değil, aynı zamanda aktif içerik üreticileri hâline gelmesi, sosyal medya platformlarını kişisel kimlik oluşumu ve toplumsal etkileşim süreçlerinde belirleyici bir aracı unsur konumuna taşımıştır (Boyd ve Ellison, 2007, s. 211). Bu dönüşüm, geleneksel iletişim kanallarına kıyasla daha yatay, hızlı ve çok yönlü iletişim biçimlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamış; aynı zamanda toplumsal ilişkilerin niteliğine ilişkin yeni tartışmaları da beraberinde getirmiştir.

Bu dönüşüm yalnızca iletişim yapısını değil aynı zamanda dijital piyasaların işleyiş biçimini de yansıtmaktadır. Sosyal medya platformları ağ ekonomileri olarak işlev görmektedir ve kullanıcı sayısı arttıkça platformun değeri yükselmektedir. İktisat literatüründe bu durum ağ dışsallığı olarak tanımlanmaktadır (Top vd. 2011:1575-1576). Bununla birlikte sosyal medya platformları aynı zamanda iki taraflı piyasalar olarak çalışır; kullanıcılar ile içerik, reklam ve etkileşim üreticileri birbirini karşılıklı olarak değerli kılar (Rochet ve Tirole, 2003, s. 990). Bu nedenle bireylerin arkadaşlarının bulunduğu platformlara yönelmesi rasyonel bir tercih hâline gelirken her yeni katılımcı ağın iletişim etkinliğini artırmaktadır. Ancak ağın büyümesiyle oluşan bu yapısal değer artışı sosyal sermayenin ilişkisel ve bilişsel boyutlarıyla her zaman örtüşmemektedir.

Bu bağlamda sosyal sermaye literatüründe öne çıkan güven, karşılıklılık (mütekabiliyet), iş birliği ve ağ ilişkileri gibi temel kavramların dijital ortamlarda yeniden üretildiğine yönelik belirgin bir eğilim bulunmaktadır (Putnam, 2000, s. 19; Lin, 2001, s. 25). Sosyal medyanın farklı toplumsal gruplar arasında köprüler kurarak yeni ilişki biçimlerini teşvik edebileceği ve bu yolla bireysel ve toplumsal düzeyde sosyal sermaye birikimini güçlendirebileceği sıklıkla ileri sürülmektedir (Ellison vd., 2007, s. 1145; Valenzuela vd., 2009, s. 879). Bu yaklaşım, özellikle zayıf ilişki bağlarının genişlemesi ve bilgi paylaşımının

hızlanması üzerinden sosyal medyanın olumlu bir toplumsal etki yarattığını varsayan iyimser bir temele dayanmaktadır.

Bununla birlikte, son yıllarda gelişen eleştirel yaklaşımlar, bu iyimser varsayımların sorgulanmasını gündeme getirmektedir. Sosyal medya ortamlarında kurulan ilişkilerin her zaman kalıcı güven ve karşılıklılık üretmediği; aksine çoğu durumda yüzeysel ve geçici ilişkiler düzeyinde kaldığına işaret eden bulgular giderek artmaktadır. Özellikle doğrulanmamış bilginin dolaşımı, dijital eşitsizlikler² ve platformların öneri ve sıralama sistemleri, sosyal sermaye üretiminin niteliğini sınırlayan başlıca yapısal unsurlar olarak öne çıkmaktadır (Vosoughi vd., 2018, s. 1147; van Dijk, 2020, s. 25; Barberá, 2015, s. 1533). Bu durum, sosyal medyanın sunduğu yapısal genişlemenin, ilişkisel ve bilişsel derinlik ile her zaman örtüşmediğini göstermektedir.

Ayrıca sosyal medya platformlarının dikkat ekonomisi³ ve gözetim kapitalizmi⁴ mantığıyla tasarlanmış olması, kullanıcıların odaklanma, empati kurma ve kolektif sorun çözüme kapasiteleri üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir (Hari, 2022, s. 83). Literatürde bu çift yönlü etkiye dikkat çeken çalışmalar, sosyal medyanın hem bağlayıcı hem de köprü kurucu sosyal sermaye biçimlerini artırabileceğini; ancak bu artışın her zaman kalıcı güven ve dayanışma ilişkileriyle sonuçlanmadığını ortaya koymaktadır (Steinfeld vd., 2008, s. 436; Williams, 2006, s. 597). Bu çerçevede sosyal medyanın “sosyal sermaye üreticisi” mi yoksa “sosyal sermaye tüketicisi” mi olduğu sorusu, güncel akademik tartışmaların merkezinde yer almaktadır.

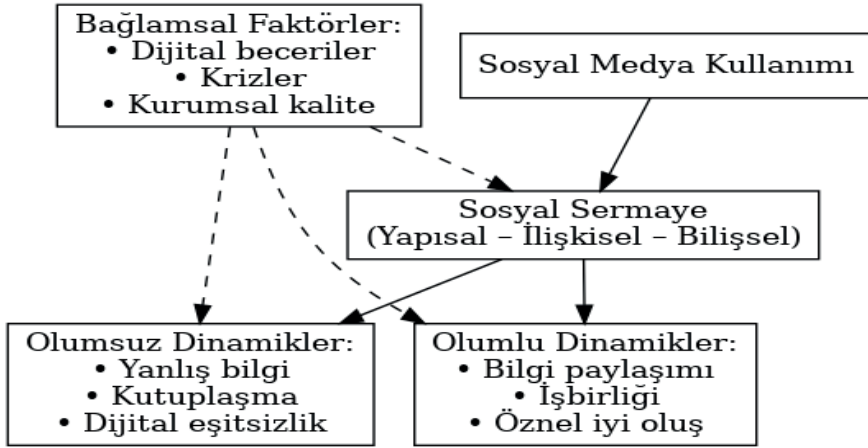
Bu çalışma, sosyal medyanın sosyal sermaye üretme potansiyeline ilişkin literatürde hâkim olan aşırı iyimser varsayımları, mevcut kuramsal ve ampirik bulgular ışığında nitel bir gerçeklik sorgulaması çerçevesinde ele almayı amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, sosyal medyanın sağladığı görünürlük ve ilişki

2 Dijital eşitsizlik, yalnızca erişim farklılıklarıyla sınırlı değil; dijital beceri, eleştirel okuryazarlık ve platformları amaçlı kullanabilme kapasitesi gibi “ikinci düzey dijital bölünme” boyutlarını da içermektedir (bkz, van Dijk, 2020).

3 Dikkat ekonomisi kavramı, ilk olarak Herbert A. Simon’un (1971) modern toplumlarda bilgi bolluğunun dikkat kıtlığı yarattığı yönündeki tespitlerine dayanmaktadır. Kavram, Davenport ve Beck (2001) tarafından sistematik biçimde geliştirilerek, bireylerin sınırlı dikkat kapasitesinin ekonomik bir kaynak hâline geldiği ve örgütler ile dijital aktörler tarafından rekabet konusu yapıldığı bir çerçeve olarak ele alınmıştır. Bu yaklaşım, dijital platformların kullanıcı etkileşimini en üst düzeye çıkarmaya yönelik tasarım ve içerik stratejilerini açıklamada yaygın biçimde kullanılmaktadır.

4 Gözetim kapitalizmi kavramını, dijital platformların kullanıcı davranışlarını sürekli biçimde izleyerek, tahmin ederek ve yönlendirerek ekonomik değer ürettiği özgül bir birikim mantığı olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım, demokratik normlara eleştiriler getirmekte ve piyasa kapitalizminin tarihsel gelişim çizgisinden önemli açılardan ayrılmaktadır (bkz. Zuboff, 2015, s. 75).

ağları genişlemesinin, güven, karşılıklılık ve paylaşılan anlamlar gibi ilişkiyel ve bilişsel unsurlarla ne ölçüde örtüştüğünü sorgulayan eleştirel bir değerlendirme işlevi görmektedir. Bu doğrultuda geliştirilen araştırma modeli, sosyal medya kullanımını başlangıç noktası olarak sosyal sermayenin yapısal, ilişkiyel ve bilişsel boyutları üzerinden işleyen mekanizmaları ve bu mekanizmaların olası çıktılarıyla birlikte kavramsal bir çerçevede ortaya koymaktadır (Şekil 1). Modelde ayrıca dijital beceriler, krizler ve kurumsal kalite gibi bağlamsal faktörler, sürecin yönünü ve yoğunluğunu belirleyen kritik değişkenler olarak ele alınmaktadır.



Şekil 1. Araştırma modeli: Sosyal medya kullanımı, sosyal sermaye boyutları ve çıktılar

Kaynak: Putnam (2000); Ellison vd. (2007); Valenzuela vd. (2009); Bakshy vd. (2015); Bail vd. (2018); Vosoughi vd. (2018); Greitemeyer (2022); Knack ve Keefer (1997); Nunn ve Wantchekon (2011).

Şekil 1, sosyal medya kullanımının sosyal sermayenin yapısal, ilişkiyel ve bilişsel boyutları üzerindeki etkilerini ve bu boyutların belirli koşullar altında nasıl farklı çıktılara yol açabildiğini göstermektedir. Model, sosyal medya kullanımının bir yandan köprü kurucu bağlar, bilgi paylaşımı ve ortak hareket etme kapasitesini destekleyebileceğini; diğer yandan platform-temelli ayrışma, kutuplaşma ve yüzeysel ilişkiler gibi sınırlayıcı sonuçlar üretebileceğini kavramsal düzeyde ortaya koymaktadır.

Ayrıca bu çalışma, ampirik bir analiz sunmak yerine, sosyal medya–sosyal sermaye literatüründe yaygın biçimde benimsenen iyimser varsayımları eleştirel bir bakışla inceleyerek, bu varsayımların geçerliliğini nitel bir inceleme yaklaşımı çerçevesinde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışma, yeni bir saha verisi üretmekten ziyade, sosyal medyanın sosyal sermaye

üzerindeki etkilerine ilişkin kuramsal yaklaşımlar ile mevcut ampirik bulguları karşılaştırmalı biçimde ele almakta ve bu literatür üzerinden kavramsal bir çerçeve geliştirmektedir. Böylece sosyal medya ile sosyal sermaye arasındaki ilişkinin basit, doğrusal ve kendiliğinden işleyen bir üretim mantığına indirgenemeyeceği; aksine ortak hareket etme kapasitesine, kullanım biçimlerine ve kurumsal koşullara duyarlı, çok boyutlu bir yapı sergilediği ortaya konulmaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve ve Literatür

Sosyal sermaye, sosyal medya kullanıcılarının ilişki ağları üzerinden erişebildikleri kaynaklara işaret eden bir kavram olarak tanımlansa da bu kapasitenin anlamı ve üretim mekanizmaları farklı kuramsal literatürde farklı vurgular içermektedir. Bu çerçevede Pierre Bourdieu (1986), sosyal sermayeyi bireylerin ya da grupların toplumsal alanlardaki konumlarından kaynaklanan avantajlarla ilişkili bir birikim biçimi olarak kavramsallaştırmaktadır. Bu yaklaşımda sosyal sermaye, yalnızca ilişkisel ağların varlığıyla değil, aynı zamanda bu ağların tanınma, itibar ve güven üretme kapasiteleriyle değer kazanmakta; ekonomik ve kültürel sermaye ile toplumsal alandaki konumlarını belirleyen temel kaynaklardan biri olarak güç ve statü ilişkilerinin yeniden üretiminde aracılık görevi görmektedir. Bu nedenle Bourdieu'nün yaklaşımı, sosyal sermayeyi toplumsal eşitsizliklerin yeniden üretiminde işlevsel ve stratejik bir kaynak olarak kavramsallaştırmaktadır.

Buna karşılık Coleman (1988), sosyal sermayeyi rasyonel eylem yaklaşımı çerçevesinde ele alır ve bireylerin fayda–maliyet hesaplarına dayalı kararlarını yalnızca bireysel kaynaklara dayanarak değil, içinde buldukları sosyal ilişki ağları aracılığıyla gerçekleştirdiklerini vurgulamaktadır. Bu doğrultuda sosyal sermaye, insan sermayesinin oluşumunda etkili bir kaynak niteliği taşır. Aile içi ilişkiler, okul ortamındaki akran ve öğretmen ilişkileri ile topluluk düzeyindeki normlar ve güven, bireylerin eğitimsel kazanımlarını ve fırsatlara erişimini kolaylaştırarak beşerî sermayenin gelişimini destekler. Böylelikle Coleman, sosyal sermayeyi aracılık görevi gören bir yaklaşımla, bireysel çıkar odaklı davranış ile toplumsal yapı arasındaki köprü görevi gören bir araç olarak ele almaktadır.

Putnam (2000) ise sosyal sermayeyi, topluluk düzeyinde güven, karşılıklılık normları ve gönüllü birliktelikler aracılığıyla kamusal yarar sağlayabilen bir kapasite olarak değerlendirmektedir. Putnam'a göre sosyal sermaye, bireysel çıkarlarını aşarak ortak faydaya yönelmelerini kolaylaştıran toplumsal bağları güçlendirir ve sivil toplum örgütleri, dernekler ile örgütsel yapılarda somut karşılık bulmaktadır. Bonding (bağlayıcı) sosyal sermaye homojen gruplar

arasındaki güçlü bağları, bridging (köprü kurucu) sosyal sermaye ise farklı topluluklar arasında iş birliği ve karşılıklı anlayış geliştiren daha kapsayıcı bağları ifade eder. Böylece Putnam, sosyal sermayeyi demokratik katılımı ve kamusal yaşamın kalitesini artıran temel bir toplumsal kaynak olarak değerlendirmektedir.

Bu üç yaklaşım sosyal sermayeyi farklı boyutlarda ele alsa da ağ yapılarının stratejik önemini ortaya koymaları bakımından birbirini tamamlamaktadır. Lin'in (2001) ağlardaki yapısal durumun bilgi ve fırsatlara erişimdeki belirleyici rolünü vurgulayan eylem-merkezli yaklaşımı, sosyal medya kullanıcılarının sosyal sermayeyi nasıl harekete geçirdiklerini açıklamaktadır. Burt'un (1995) "yapısal boşluklar" ve "aracılık" üzerine geliştirdiği yaklaşımlar, bağlantısı olmayan kullanıcılar arasındaki boşlukları ilişkilendiren konumların bilgi ve kaynak akışını kontrol ederek avantaj sağladığını göstermektedir. Granovetter'in (1973) "zayıf bağların gücü" yaklaşımı, güçlü bağların çoğunlukla benzer bilgilere erişim sağladığını; buna karşılık zayıf bağların yeni bilgi, fırsat ve iş birliği kanallarını açarak sosyal sermayeyi genişlettiğini ortaya koymaktadır. Granovetter (1985) ayrıca "gömülülük" kavramıyla ekonomik eylemlerin toplumsal ilişkilerden ve ilgili normlardan bağımsız düşünülemeyeceğini vurgulamaktadır. Bu kuramsal yapı, sosyal sermayenin yalnızca ilişkilerin niceliğiyle değil; bağların niteliği, ağ içi konumlanma, aracılık kapasitesi ve ilişkilerin yerleştiği kurumsal-tarihsel bağlam tarafından şekillendiğini göstermektedir (North, 1990, s. 3; Ostrom, 1990, s. 30).

1.1, Ağ Dışsallıkları, Piyasa Değeri ve Sosyal Sermaye

Ağ dışsallıkları, bir mal veya hizmetin değerinin kullanıcı sayısına bağlı olarak artması durumunu ifade eder (Top vd. 2011:1575-1576). Sosyal medya platformları bu açıdan iki taraflı dijital piyasalar olarak işlev görür; kullanıcılar, içerik üreticileri ve reklam verenler arasında karşılıklı bağımlı bir değer üretimi ortaya çıkar (Rochet ve Tirole, 2003, s. 990). Kullanıcı sayısı arttıkça platformun erişim, görünürlük ve etkileşim kapasitesi genişler ve her yeni katılımcı diğer kullanıcılar için ek fayda üretir. Bu nedenle bireyler arkadaşlarının bulunduğu platformlara katılmayı rasyonel bulur ve her yeni kullanıcı ağı toplam piyasa değerini artırır. Dijital platformlar ayrıca kullanıcı davranışlarını veri temelli işleyen sistemlerle optimize ederek etkileşim hacmini maksimize etmeye yönelir (Varian, 2019, s. 16).

Bununla birlikte sosyal sermaye literatürü değerini yalnızca bağlantı sayısından ibaret olmadığını vurgular. Güven, karşılıklılık ve paylaşılan normlar ağı büyüklüğünden bağımsız olarak gelişebilir ya da zayıflayabilir (Putnam, 2000, s. 19; Lin, 2001, s. 25). Böylece sosyal medya ortamlarında yapısal

değer ile ilişkişel değer arasında bir ayrışma ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle, ağ büyüdükçe platformun piyasa değeri artarken sosyal sermaye aynı hızda artmayabilir.

Dolayısıyla sosyal medya platformları ekonomik anlamda pozitif ağ dışsallıkları üretirken toplumsal anlamda sınırlı hatta bazı koşullarda olumsuz sosyal dışsallıklar üretebilir. Bu çalışmada “görünürlük–sermaye paradoksu” olarak ifade edilen durum, ağ dışsallıklarının yarattığı yapısal değer artışı ile sosyal sermayenin ilişkişel derinliği arasındaki uyumsuzluğu açıklamaktadır.

Sosyal sermaye literatüründe yaygın biçimde kabul edilen bir sınıflandırma, kavramın üç tür bağ ve üç temel boyut üzerinden kavramsal olarak yapılandırılmasına dayanmaktadır. Bu çerçevede sosyal sermaye; bağlayıcı, köprü kurucu ve bağlantı kurucu bağlar ile yapısal, ilişkişel ve bilişsel boyutlar üzerinden ele alınmaktadır (Putnam, 2000, ss. 19–21; Woolcock ve Narayan, 2000, ss. 225–227; Lin, 2001, ss. 25–27; Beugelsdijk ve Smulders, 2009, ss. 547–549). Bağlayıcı sosyal sermaye yakın ve homojen ilişkiler aracılığıyla güveni ve dayanışmayı güçlendirirken; köprü kurucu sosyal sermaye heterojen gruplar arasında bilgi, kaynak ve fırsat akışına zemin hazırlamaktadır. Bağlantı kurucu sosyal sermaye ise farklı kurumsal ve toplumsal gruplar arasında kaynaklara erişimi kolaylaştırarak dikey ilişkileri pekiştirmektedir. Boyutlar açısından yapısal boyut, ağların yoğunluğu, derece, aracılık düzeyi ve ağ içi konum ölçütleriyle ilişkilerin yapısal özelliklerini ortaya koyarken; ilişkişel yapı ile güven boyutu, karşılıklılık ve normatif beklentiler çerçevesinde bağların niteliğini ifade etmektedir. Bilişsel yapı ise ortak dil, semboller ve paylaşılan anlamlar aracılığıyla toplumsal etkileşimi kolaylaştırmakta ve ortak kimlik inşasına katkıda bulunmaktadır (Coleman, 1988, s. 98; Lin, 2001, s. 25; Uslaner, 2002, s. 18).

Sosyal medya bağlamında, özellikle köprü kurucu bağlar ve yapısal göstergeler açısından belirgin bir artış gözlenmekte; genişleyen ağ yapıları aracılığıyla bireyler çok sayıda yeni bağlantıya erişim sağlayabilmektedir. Bununla birlikte, bu niceliksel genişleme ilişkişel ve bilişsel derinliğin eş zamanlı ve aynı ölçüde gelişmesini doğası gereği beraberinde getirmemektedir. Bu çalışma, sosyal medya ortamlarında artan dijital görünürlüğün her koşulda sosyal sermaye birikimine dönüşmediğini “görünürlük–sermaye paradoksu”⁵ kavramı üzerinden tartışmaktadır (Ellison vd., 2007, s. 1145; Valenzuela vd., 2009, s. 879). Söz konusu paradoks, yapısal erişimin genişlemesine rağmen

5 Görünürlük–sermaye paradoksu ifadesi, Ellison vd. (2007) ve Valenzuela vd. (2009) gibi çalışmalarda işaret edilen ancak açık biçimde kavramsallaştırılmayan bir gerilimi adlandırmak amacıyla bu çalışmada analitik bir kavram olarak kullanılmaktadır. Bu paradoks, dijital ortamlarda artan etkileşim ve erişimin, güven, karşılıklılık ve paylaşılan anlamlar gibi sosyal sermayenin ilişkişel ve bilişsel boyutlarına otomatik olarak dönüşmediğini ifade etmektedir.

güven, karşılıklılık ve paylaşılan anlam üretiminin sınırlı kalabileceğine işaret etmektedir.

Buna ek olarak dikkat ekonomisi ve gözetim kapitalizmi mantığıyla çalışan sosyal medya platformları (Hari, 2022, s. 83), kullanıcıların odaklanma ve empati kurma kapasitelerini zayıflatarak sosyal sermayenin ilişkisel ve bilişsel boyutlarını aşındırabilmektedir⁶. Bu çerçevede yapılan değerlendirme, sosyal medyanın yalnızca yapısal göstergeler üzerinden değerlendirilmesinin yetersiz kaldığı ve daha kapsamlı bir nitel gerçeklik sorgulamasını⁷ öne çıkardığı anlaşılmaktadır. Dijital platformların işleyiş mantığı, dijital seçim ve öneri sistemleri üzerinden beğeni, paylaşım ve erişim gibi ölçütleri teşvik eder; bu durum zayıf bağların genişlemesine ve içerik temelli ilişkilerin oluşmasına katkıda bulunabilmektedir (Bakshy vd., 2015, s. 1131; Flaxman vd., 2016, s. 298). Ancak aynı işleyiş istemine sahip platformların, dijital filtreleme kaynaklı ayrışma ve seçici maruz kalma durumlarıyla güveni ve ortak normları aşındırabildiği; hatta belirli koşullarda karşıt görüşlerle temasın kutuplaşmayı artırabildiği de gösterilmiştir (Bail vd., 2018, ss. 9217–9219; Bruns, 2019, ss. 23–26). Kriz bağlamlarında sosyal medya bir yandan eşgüdüm ve gönüllü seferberliği kolaylaştırırken (Starbird ve Palen, 2011; Imran vd., 2015), diğer yandan söylenti ve doğrulanmamış bilginin dolaşımını hızlandırabilmektedir (Mendoza vd., 2010, ss. 71–75; Vosoughi vd., 2018, ss. 1147–1151). Dolayısıyla sosyal medya, sosyal sermayeyi aynı anda hem güçlendiren hem de aşındıran çift etkili platformlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2. Yapıcı Dinamikler

Üniversite kampüs örneklemelerine dayalı ilk çalışmalar, Facebook ve Twitter benzeri sosyal ağların özellikle köprü kurucu ilişkiler üzerinden sosyal sermayeyi artırma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir (Ellison vd., 2007, ss. 1145–1147; Valenzuela vd., 2009, ss. 879–882). Bu bulgular, Granovetter’in (1973) zayıf bağların heterojen gruplar arasında bilgi ve fırsat akışını genişlettiği yönündeki tezini destekler niteliktedir. Daha güncel

6 Bilişsel aşınma kavramı, dijital medya ortamlarında sürekli dikkat kesintileri ve yüksek düzeyde uyarılara sürekli maruz kalmanın yol açtığı bilişsel yıpranma, bireylerin odaklanma, derin düşünme, empati kurma ve anlamlı ilişki sürdürme kapasiteleri üzerinde yarattığı yıpratıcı etkilere işaret etmektedir. Hari (2022), özellikle dikkat ekonomisi mantığıyla tasarlanan dijital platformların, bireysel bilişsel kaynakları sistematik biçimde tüketerek hem öznal iyi oluşu hem de toplumsal bağların niteliğini zayıflattığını ileri sürmektedir.

7 Bu çalışmada kullanılan “nitel gerçeklik sorgulaması” ifadesi, pozitivist doğrulama ya da nedensel genelleme iddiası taşımayan; aksine sosyal olguların bağlamsal, ilişkisel ve çok boyutlu doğasını açığa çıkarmayı amaçlayan eleştirel nitel yaklaşımlara dayanmaktadır (bkz. Flyvbjerg, 2006; Sayer, 2010). Bu bağlamda kavram, sosyal medya–sosyal sermaye ilişkisinin nicel görünürlük göstergeleriyle tam olarak yakalanamayacağını vurgulayan analitik bir çerçeve olarak kullanılmaktadır.

çalışmalarda da benzer sonuçlar görülmektedir: Tayvan'da sosyal medya kullanımı çevrim içi-çevrim dışı sosyal sermaye aracılığıyla öznel iyi oluşla ilişkilendirilmiştir (Hong ve Bae, 2023, ss. 6–8). Çin'de sosyal sermayenin yapısal bağlar, güven ve paylaşılan deneyimler üzerinden doğrulanmamış bilgiyi düzeltme davranışını öngörebildiği sonucu elde edilmiştir (Feng, 2024, s. 5). Örgütsel düzeyde, takipçi ve etkileşim boyutları temelinde oluşan sosyal medya sermayesinin, görünürlük ve kurumsal itibarın güçlenmesine katkıda bulunduğu belirtilmektedir (Sundie vd., 2020, ss. 6–8). Profesyonel ağlarda (LinkedIn gibi) profil yönetimi ve aktif katılımın kariyer odaklı sosyal sermaye birikimiyle ilişkili olduğu ileri sürülmektedir (Mashayekhi ve Head, 2022, s. 4). Yükseköğretim bağlamında da güven ve ağ iş birliğinin, bilgi paylaşımını sosyal sermaye aracılığıyla artırdığı gösterilmiştir (Sidhu vd., 2023). Bu bulgular birlikte değerlendirildiğinde, yapısal erişim ile ilişkisel güvenin birleşiminin sosyal sermaye üretiminde kritik bir rol oynadığı anlaşılmaktadır.

1.3. Yıpratıcı Dinamikler

Büyük veri setlerine dayalı çalışmalar, sosyal medyanın yıpratıcı etkiler de barındırabileceğini ortaya koymaktadır. Facebook kayıtlarına dayalı analizler ve geniş ölçekli web tabanlı veriler, bireylerin ideolojik çeşitlilikle karşılaşma düzeyinin sınırlı kalabildiğini ve içerik tüketim davranışlarının platform-temelli ayrışma ile seçici karşılaşma eğilimleri etrafında yoğunlaşabildiğini ortaya koymaktadır (Bakshy vd., 2015, s. 1131; Flaxman vd., 2016, s. 298). Bununla birlikte, içerik filtreleme etkilerinin ortama özgü ve yöntemsel koşullara duyarlı olduğu; bu nedenle genellemelerin dikkatle yapılması gerektiği vurgulanmaktadır (Bruns, 2019, s. 23). Deneysel araştırma bulguları, farklı görüşlerle karşılaşmanın belirli koşullarda kutuplaşmayı artırabileceğini göstermektedir (Bail vd., 2018, s. 9218). Doğrulanmamış bilgiye ilişkin sosyal medya analizleri, yanıltıcı haberlerin doğru haberlere kıyasla daha hızlı ve daha geniş biçimde yayılma eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır (Vosoughi vd., 2018, s. 1147). Bununla birlikte, yanıltıcı haber tüketiminin daha çok toplumun sınırlı bir kesiminde yoğunlaştığını gösteren bulgular da elde edilmiştir (Guess vd., 2019, s. 472). Kriz anlarında sosyal medya, bireyler ve topluluklar arasında hızlı iş birliği ve dayanışmayı kolaylaştıran bir iletişim alanı sunarken (Starbird ve Palen, 2011, s. 4; Imran vd., 2015, s. 5), aynı zamanda belirsizlik, korku ve bilgi eksikliği koşullarında söylenti ve yanlış bilginin yayılımını da hızlandırabilmektedir (Mendoza vd., 2010, s. 75). Bu çerçevede elde edilen bulgular, sosyal medyanın toplam etkisinin kriz dönemlerinde dahi ortama duyarlı biçimde ortaya çıktığını göstermektedir.

1.4. Bireysel ve Kullanıma Bağlı Farklılaşmalar

Sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki etkilerinin yönü ve büyüklüğü, kullanıcıların motivasyonları ile bireysel özellikleri tarafından şekillenebilmektedir. Urhan (2023), bilgi arama, tanınma, eğlence ve gelişim amaçlarının sosyal sermayeyle çeşitli düzeylerde ilişkili olabileceğini ortaya koymaktadır. Mikro etkileşim düzeyinde, kişisel ifade ve buna verilen pozitif geri bildirimlerin sosyal sermayeyi güçlendirdiği ortaya konmuştur (Liu ve Brown, 2014, ss. 7–9). Buna karşılık sosyal medya bağımlılığı ve gizlilik kontrol yeterliği gibi psikososyal faktörler, sosyal sermaye katkılarını sınırlayıcı etkiler yaratabilmektedir (Soh vd., 2022, ss. 5–7). Dolayısıyla sosyal ağların aynı anda hem fayda hem de risk potansiyeli barındırdığını ve bu ikili etkinin kuramsal ve ampirik olarak tartışıldığını göstermektedir (Li, 2023, ss. 4–6). Ayrıca sosyal sermayenin öznel iyi oluş üzerindeki etkisinde aracılık görevi görebileceği öne sürülmektedir (Kim ve Ahn, 2022, ss. 6–8). Özellikle gençlerde dijital beceri farklılıklarının olduğu gerçeğiyle (Greitemeyer, 2022, s. 15), sosyal medyanın “herkese eşit fayda” sağladığı yönündeki varsayımın yeniden değerlendirilmesini gerektirmektedir.

1.5. Makro Düzey Bulgular ve Kurumsal Yerleşiklik

Sosyal sermaye yalnızca mikro düzeydeki ağ yapılarıyla değil, kurumsal kalite, tarihsel miras ve eşitsizlik yapılarıyla da yakından ilişkilidir. Knack ve Keefer (1997, s. 1253) güvenin ekonomik büyümeyle pozitif ilişki gösterebildiğini; Bjørnskov (2007, s. 4) genel güvenin kurumsal kalite ve ekonomik performansla bağlantılı olduğunu vurgulamaktadır. Alesina ve La Ferrara (2002, s. 226) etnik bölünme ve eşitsizliğin güveni zayıflattığını; Nunn ve Wantchekon (2011, s. 3222) tarihsel şiddet ile geçmişte yaşanan sömürgeci ilişkilerin toplumsal hafızada bıraktığı travmatik deneyimlerin ve örgütlü şiddet ile yapısal baskı süreçlerinin, günümüzde güvensizlik kalıpları üzerinde kalıcı etkiler bırakabildiğini ileri sürmektedir. Acemoğlu ve Robinson (2012)⁸ kapsayıcı kurumların uzun vadeli büyümenin temel belirleyicisi olduğunu; dışlayıcı kurumların ise güven ve kalkınma arasındaki ilişkileri aşındırabileceğini göstermektedir. Mevcut çalışmalar dikkate alındığında, çevrim içi sosyal sermaye göstergelerinin kurumsal ve tarihsel bağlamdan soyutlanarak yorumlanmasının, kavramsal ve analitik çözümlenmeleri sınırlayabileceği görülmektedir. Dolayısıyla sosyal medya temelli sosyal sermaye tartışmalarında kurumsal yerleşiklik ve

8 Kapsayıcı ve dışlayıcı kurumsal yapıların uzun dönemli toplumsal güven, iş birliği ve ortak eylem kapasitesi üzerinde belirleyici olduğu vurgulanmaktadır. Bu yaklaşım, çevrim içi sosyal ağların etkilerinin de kurumsal yerleşiklikten bağımsız biçimde yorumlanamayacağını göstermektedir (bkz. Acemoğlu ve Robinson, 2012).

tarihsel miras, “bağlamsal sınırlayıcı faktörler” olarak dikkate alınmalıdır⁹ (Grootaert ve Van Bastelaer, 2002, s. 9; Woolcock ve Narayan, 2000, s. 226; OECD, 2015, s. 45). Bu yaklaşım, refah kuramları ve sürdürülebilir kalkınma gündemiyle uyumlu bir değerlendirme zemini de sunmaktadır (United Nations, 2015; OECD, 2015).

Bireysel ve topluluk düzeyi arasındaki etkileşimde, Sabatini (2009), sosyal ağ yapısına ilişkin göstergeler ile sosyal sermaye arasındaki bağları ekonometrik bulgularla desteklemiştir. Benzer biçimde, AnnaLee Saxenian (2005), uluslararası mesleki etkileşim ağları hareketliliğinin sermaye akışını kolaylaştırabildiğini göstermektedir. Bu bulgular, sosyal sermayenin ulusal sınırları aşan dijital ağlar üzerinden de yeniden şekillendiğine işaret etmektedir.

1.6. Yöntemsel Tartışmalar

Derece, aracılık ve yoğunluk gibi yapısal göstergeler ağı yapısal özelliklerine dair ayrıntılı bilgiler sunarken (Wasserman ve Faust, 1994, s. 94; Newman, 2010, s. 168), güven, karşılıklılık ve paylaşılan anlamları içeren ilişki ve bilişsel boyutlar genellikle anketler, ölçekler ya da nitel analizler aracılığıyla değerlendirilmektedir (Putnam, 2000, s. 19; Lin, 2001, s. 25). Büyük veri ve deneysel yaklaşımlar ölçüm kapasitesini genişletmekte (Bakshy vd., 2015, s. 1131; Bail vd., 2018, s. 92188), ancak çok düzeyli nedensellik ve ölçüm hataları bu bulguların dikkatli yorumlanmasını gerekli kılmaktadır (Durlauf ve Fafchamps, 2005, s. 1645). Chetty vd. (2022, ss. 6–8) 21 milyar Facebook arkadaşlık bağlantısını inceleyerek sosyal sermayenin platform düzeyinde ölçülebilir olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte ölçüm heterojenliği ve karşılaştırma sorunları, bulguların genellenebilirliğini sınırlayabilmektedir (Sánchez-Arrieta vd., 2021, s. 3). İlgili çalışmalar dikkate alındığında, literatürdeki ana tartışmanın görünürlük ile nitelik arasındaki açığın nasıl açıklanabileceği sorusuna odaklandığı görülmektedir. Bu çalışma da söz konusu tartışmaya, sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki etkilerini nitel bir gerçeklik sorgulaması çerçevesinde ele alarak katkı sunmaktadır.

1.7. Araştırma Soruları ve Hipotezler

Bu kuramsal çerçeve ve nitel değerlendirmelerden hareketle, çalışmada aşağıdaki araştırma soruları (AS) geliştirilmiştir:

9 Kurumsal yerleşiklik, sosyal sermayenin güven ve iş birliği boyutlarının tarihsel olarak oluşmuş kurumsal düzenlemelerden bağımsız ele alınamayacağını ifade etmektedir (bkz. Acemoğlu ve Robinson, 2012; Woolcock ve Narayan, 2000).

AS1: Sosyal medyada platformları sayısı ve erişim gibi yapısal göstergelerdeki artış, güven, karşılıklılık ve paylaşılan anlamlar gibi ilişkisel ve bilişsel boyutlara her zaman yansımakta mıdır?

AS2: Sosyal medya platformlarının öneri ve sıralama mekanizmaları, farklı gruplar arasında bağ kurucu işlevler üstlenirken, eş zamanlı olarak platform-temelli ayırışma yapıları yoluyla güven ilişkilerini zayıflatabilmekte midir?

AS3: Doğal afetler, pandemiler ve siyasal şoklar gibi kriz durumlarında sosyal medya, aynı anda hem iş birliklerini kolaylaştıran hem de yanlış bilginin dolaşımına zemin hazırlayan bir rol üstlenebilir mi?

AS4: Kullanıcılar arasındaki dijital beceri ve sosyal yetkinlik farklılıkları, sosyal sermaye getirilerinin eşitsiz biçimde dağılmasına yol açmakta mıdır?

AS5: Sosyal sermayeye ilişkin çevrim içi göstergeler, kurumsal yerleşiklik ve tarihsel bağlam dikkate alınmadığında eksik veya yanıltıcı çıkarımlar doğurabilir mi?

AS6: Dikkat ekonomisi ve gözetim kapitalizmi mantığıyla tasarlanmış sosyal medya platformları, kullanıcıların odaklanma kapasitelerini ve empati kurma yeteneklerini zayıflatarak sosyal sermaye üretimini sınırlamakta mıdır?

Buna paralel olarak hipotezler şu şekilde tanımlanmıştır:

H1: Sosyal medyada artan bağ sayısı ve genişleyen erişim, kendiliğinden ilişkisel ve bilişsel sermaye birikimine dönüşmez.

H2: Sosyal medya platformlarının öneri ve sıralama sistemleri, çift yönlü bir etki yaratır; bir yandan heterojen bağları geliştirirken, diğer yandan kutuplaşmayı ve güvenin zayıflamasını hızlandırır.

H3: Kriz anlarında sosyal medya, eşzamanlı olarak hem iş birliklerini destekler hem de yanlış bilginin dolaşımını hızlandırır.

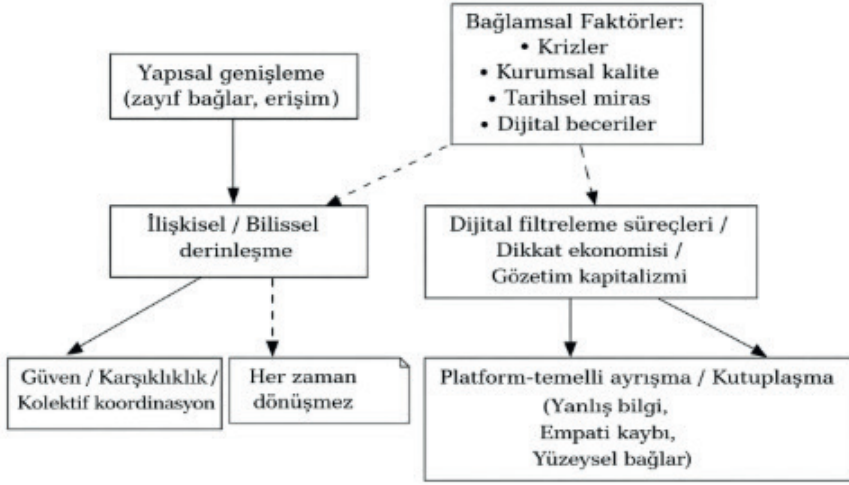
H4: Dijital beceri düzeyi yüksek kullanıcılar, sosyal sermayeden görece daha fazla yararlanırken; düşük beceriye sahip gruplar dezavantajlı konumda kalır.

H5: Kurumsal kalite ve tarihsel güvensizlik durumları dikkate alınmadığında, çevrim içi sosyal sermaye ölçümleri eksik veya yanıltıcı sonuçlar verebilir.

H6: Dikkat ekonomisi ve gözetim kapitalizmi ilkeleriyle işleyen sosyal medya platformlarının yoğun kullanımı, kullanıcıların odaklanma ve empati kapasitelerini aşındırarak sosyal sermaye üretimini sınırlayıcı etkiler yaratır.

Kavramsal çerçeve ile ilgili çalışmalar birlikte ele alındığında, sosyal medyanın sosyal sermaye üretiminde hem yapıcı hem de yıpratıcı etkiler yaratabildiği görülmektedir. Bilgi paylaşımı, iş birliği ve öznel iyi oluş gibi

olumlu çıktılar; yanlış bilgi, kutuplaşma ve dijital eşitsizlik gibi olumsuz çıktılarla eşzamanlı olarak gözlemlenebilmektedir. Bu ikili yapıyı açıklığa kavuşturmak amacıyla geliştirilen model, sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye boyutları arasındaki ilişkilerin nasıl olumlu ve olumsuz çıktılara yöneldiğini kavramsal düzeyde göstermektedir (Şekil 2). Model aynı zamanda, bu ilişkilerin krizler, kurumsal kalite ve tarihsel miras gibi ilişkili faktörlerin etkisiyle koşullu ve çok düzeyli bir yapıya sahip olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla sosyal medya ile sosyal sermaye arasındaki etkileşim, kuramsal bir sorgulama çerçevesinde bütüncül biçimde ele alınmaktadır.



Şekil 2. Literatürde sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye boyutları ve çıktıları arasındaki ilişkiler.

Kaynak: Ellison vd. (2007, s. 1145); Valenzuela vd. (2009, s. 879); Bakshy vd. (2015, s. 1131); Bail vd. (2018, s. 9218); Vosoughi vd. (2018, s. 1147); Greitemeyer (2022, s. 15); Knack ve Keefer (1997, s. 1253); Nunn ve Wantchekon (2011, s. 3222).

Şekil 2, sosyal medyanın sosyal sermaye katkı sağlama sürecindeki çift yönlü etkilerini kavramsal olarak özetlemektedir. Yapısal genişleme yoluyla artan zayıf bağlar ve erişim olanakları, ilişkisel ve bilişsel etkinliği destekleyerek güven, karşılıklılık ve iş birliklerine katkı sunabilmektedir. Ancak bu süreç, her koşulda kalıcı sosyal sermayeye dönüşmemekte; bağlamsal faktörler ile dijital filtreleme, dikkat ekonomisi ve gözetim kapitalizmi gibi platform-temelli yapılar aracılığıyla farklı yönlerde şekillenebilmektedir. Bu bağlamda sosyal medya, bir yandan köprü kurucu bağları ve iş birliğini güçlendirirken, diğer yandan platform-temelli ayırışma ve kutuplaşma süreçleri yoluyla yanlış bilgi, empati kaybı ve yüzeysel bağların yaygınlaşmasına zemin hazırlayabilmektedir.

2. Tartışma

Bu çalışmada geliştirilen yaklaşım, sosyal medyanın sosyal sermaye katkı sağlama potansiyeline ilişkin literatürü eleştirel bir perspektiften değerlendirerek, bu varsayımın sınırlarını ve içsel tutarsızlıklarını tartışmaktadır. Bu çalışmanın kavramsal çözümlemesi, sosyal medyanın sosyal sermayeyi hem güçlendiren hem de aşındıran mekanizmaları aynı anda içerdiğini göstermektedir. Bu ikili görünüm, sosyal sermayenin yapısal, ilişkisel ve bilişsel boyutlarının dijital bağlamda her zaman dengeli işlemediğini; kimi bağlamlarda farklılaşmış biçimde şekillendiğini ortaya koymaktadır.

2.1. Sosyal Medyanın Sosyal Sermaye Üzerindeki Dinamikleri

Sosyal medya, sosyal sermaye açısından hem destekleyici hem de aşındırıcı işlevler gibi çift yönlü etkiler gösterebilmektedir. Bir yandan, özellikle köprü kurucu sosyal sermayeyi güçlendirme potansiyeli dikkat çekmekte; öte yandan bu potansiyelin her bağlamda eşit biçimde gerçekleşmediği görülmektedir. Geniş ağlara erişim, bilgi paylaşımı ve mesleki fırsatların görünür hâle gelmesi, bireylerin ve örgütlerin sosyal sermaye birikimlerini artırmasına katkı sağlayabilmektedir (Ellison vd., 2007, s. 1145; Mashayekhi ve Head, 2022, s. 4). Ayrıca çevrim içi etkileşimlerin öznel iyi oluşu dolaylı biçimde desteklediği (Hong ve Bae, 2023, s. 6) ve kriz anlarında iş birliklerini kolaylaştırdığına dair bulgular bulunmaktadır (Starbird ve Palen, 2011, s. 4). Bu çerçevede elde edilen sonuçlar, sosyal medyanın “bilgi-odaklı ve iş birliğine açık” kullanım biçimlerinde toplumsal yarar üretebilecek bir araç olduğunu göstermektedir. Diğer yandan, sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki zayıflatıcı etkileri de giderek daha fazla tartışılmaktadır. Yanlış bilgi ve yanıltıcı içeriklerin hızlı dolaşımı, güven ilişkilerini aşındırmakta ve toplumsal kutuplaşmayı derinleştirmektedir (Vosoughi vd., 2018, s. 1147). Öneri ve sıralama yapılarının yarattığı platform-temelli içerik ayrışması, farklı görüşlere erişimi sınırlayarak karşılıklı anlayışı zayıflatabilmektedir (Bruns, 2019, s. 23). Ayrıca dijital eşitsizlikler ve kullanıcılar arasındaki beceri farklılıkları, sosyal sermaye getirilerinin asimetrik biçimde dağılmasına yol açmaktadır (Greitemeyer, 2022, ss. 15–17). Sosyal medya bağımlılığı, gizlilik kaygıları ve dikkat ekonomisinin yarattığı bilişsel aşınma, bireylerin sürdürülebilir ve anlamlı ilişkiler kurma kapasitesini sınırlandırabilmektedir (Hari, 2022, s. 83). Bu çift yönlü etki yapılarını kavramsal düzeyde tartışmak amacıyla geliştirilen kavramsal model, sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye boyutları arasındaki ilişkilerin nasıl olumlu ve olumsuz çıktılara yöneldiğini görsel olarak ortaya koymaktadır (Şekil 2). Model ayrıca, krizler, kurumsal kalite ve tarihsel miras gibi ilişkisel faktörlerin sürecin yönünü belirleyen kritik değişkenler olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla sosyal medya ile sosyal sermaye arasındaki etkileşim,

doğrusal bir üretim süreci olarak değil; bağlama duyarlı ve çok boyutlu bir mekanizma olarak değerlendirilmelidir.

2.2. Görünürlük ve Sermaye Arasındaki Paradoks ile Boyutlar Arası Asimetri

Bu çalışmanın kavramsal çözümlemesi, sosyal medyada artan görünürlüğün (ağ genişlemesi, erişim ve etkileşim artışı) her zaman sosyal sermayenin ilişkisel ve bilişsel boyutlarında sürdürülebilir bir derinlik üretmediğine işaret etmektedir. Bu ayrışma, “görünürlük ile sermaye arasındaki paradoks” çerçevesinde değerlendirilebilir; zira yapısal göstergelerdeki artış, güven, karşılıklılık ve paylaşılan anlamlar gibi unsurların aynı hızda gelişmesini garanti etmemektedir (Ellison vd., 2007, ss. 1145–1147; Valenzuela vd., 2009, ss. 879–882). Bu çerçevede elde edilen değerlendirmeler, sosyal sermayenin dijital bağlamda farklı boyutlar arasında dengeli olmayan bir işleyiş sergilediğine ve tartışmanın yalnızca bağlantı sayısı ya da görünür etkileşim ölçütleriyle sınırlandırılmasının kavramsal ve değerlendirme açıdan önemli sınırlılıklar yarattığına işaret etmektedir.

2.3. Kuramsal Çıkarımlar

Kuramsal açıdan bu değerlendirme, sosyal sermayeyi yalnızca yapısal göstergeler üzerinden değil, aynı zamanda ilişkisel ve bilişsel boyutlarla birlikte ele alma gereğini ortaya koymaktadır. Sosyal medya bağlamında görünürlük ile ilişkisel ve bilişsel yoğunluk arasındaki uyumsuzluk, sosyal sermayenin yalnızca bağlantı sayısı ile ölçülmesinin yetersiz olduğunu göstermektedir. Ayrıca sosyal medya ağlarının işleyiş mantığı, sosyal sermayeyi çift yönlü bir yapı içinde şekillendirebilmekte; bir yandan güçlendirici, diğer yandan aşındırıcı etkiler üretebilmektedir (Bakshy vd., 2015, s. 1131; Bruns, 2019, s. 23). Bu çerçevede yapılan değerlendirme, sosyal sermaye tartışmalarının yalnızca teknik ölçüm yaklaşımlarıyla sınırlı kalmaması; aynı zamanda sosyal medya ağlarının dikkat ekonomisi ve gözetim kapitalizmi mantığıyla nasıl tasarlandığı üzerinden de ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Hari'nin (2022, s. 83) belirttiği gibi, kalıcı dikkat dağınıklığı ile öfke odaklı içerik akışlarının yol açtığı bilişsel yıpranma, sosyal sermayenin ilişkisel ve bilişsel boyutlarını sınırlandırmakta; bu bağlamda çalışmanın “nitel gerçeklik sorgulaması” yaklaşımı kuramsal açıdan anlam kazanmaktadır.

Bu bağlamda sosyal medya platformları kullanıcı artışı üzerinden piyasa başarısını ölçerken toplumsal başarıyı güven üretimi üzerinden gerçekleştirilememektedir. Ağ dışsallıkları sayesinde büyüyen platformlar ekonomik değer üretirken, sosyal sermaye üretimi kullanıcı davranışlarına ve kurumsal niteliğe bağlı kalmaktadır. Böylece sosyal medya, piyasa rasyonelliği

ile toplumsal rasyonellik arasındaki ayrışmanın dijital ortamdaki en görünür örneklerinden biri hâline gelmektedir. Bu nedenle sosyal medya platformları güven üretmekten çok etkileşim üretmeye odaklanır; çünkü iki taraflı piyasa mantığında platformun başarısı ilişkilerin niteliğinden ziyade etkileşim hacmine bağlıdır (Rochet ve Tirole, 2003, s. 990). Dijital platformların veri temelli işleyiş sistemleri aracılığıyla kullanıcı davranışlarını optimize ederek dikkat ve etkileşimi maksimize etmeye yönelmesi de bu eğilimi güçlendirmektedir (Varian, 2019, s. 16).

2.4. Kuramsal ve Toplumsal Çıkarımlar

Kuramsal ve politika tartışmaları açısından değerlendirildiğinde, sosyal sermaye oluşturma politikalarının ve dijital yönetim yaklaşımlarının, sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki eş zamanlı yapıcı ve yıpratıcı etkilerini birlikte dikkate alması kritik önemdedir. Özellikle yanıltıcı ve kutuplaştırıcı içeriklerin sınırlandırılması, dijital becerilerin güçlendirilmesi ve kapsayıcı etkileşimi teşvik eden sosyal medya ağ yapılarının geliştirilmesi, sosyal medyanın sosyal sermaye üretimindeki potansiyelini güçlendirebilir. Kullanıcıların dijital okuryazarlık düzeylerinin yükseltilmesi, sosyal sermayenin yapısal, ilişkisel ve bilişsel boyutlarından elde edilen kazanımlar arasındaki eşitsizliklerin azaltılmasına katkıda bulunabilir. Bunun yanında, kamu ve sivil toplum temsilcilerinin sosyal medya sermayesini yönetme kapasiteleri, toplumsal yarar odaklı ortak hareket ve iş birliği süreçlerini güçlendirmede önemli fırsatlar sunmaktadır (Sundie vd., 2020). Bu değerlendirmeler ışığında, politika gündeminin yalnızca “erişim artırma” ile sınırlı kalmaması; aynı zamanda “güven, doğrulama ve kapsayıcılık” ekseninde yapılandırılması gerektiği söylenebilir.

2.5. Hipotezlerin Değerlendirilmesi

Bu çalışmada kavramsal değerlendirmeler, geliştirilen araştırma soruları ve hipotezler bağlamında ele alınmaktadır. *İlk olarak*, kampüs örneklemine dayalı araştırmalar sosyal medyanın köprü kurucu sermayeyi artırma potansiyeline işaret etmektedir (Ellison vd., 2007, ss. 1145–1147; Valenzuela vd., 2009, ss. 879–8829). Bu değerlendirmeler, H1’in işaret ettiği “görünürlük–nitelik açığının belirleyiciliğini desteklemektedir; zira yapısal genişleme sağlanmasına karşın ilişkisel ve bilişsel boyutlar sınırlı kalabilmektedir.

İkinci olarak, sosyal medya platformlarının öneri ve sıralama yapılarının heterojen bağları artırdığı (Bakshy vd., 2015, s. 1131) ve görüş farklılıklarıyla karşılaşma sonucunda kutuplaşmayı güçlendirdiği (Bail vd., 2018, s. 9218) yönündeki bulgular, H2 hipoteziyle tutarlıdır. *Üçüncü olarak*, kriz durumlarında gönüllü katılım ve koordinasyon kapasitesinin artışı (Starbird ve Palen, 2011,

ss. 4–6) ile yanıltıcı ve doğrulanmamış bilginin hızla yayılması (Vosoughi vd., 2018, s. 1147) birlikte gözlenmiştir; bu durum H3'ün öngördüğü çift yönlü etkinin belirgin bir örneğidir. *Dördüncü olarak*, dijital beceri düzeyi yüksek kullanıcı gruplarının sosyal sermayeden daha fazla yarar sağladığı yönündeki sonuçlar (Greitemeyer, 2022, s. 15), H4 hipoteziyle uyumludur.

Beşinci olarak, kurumsal kalite ve geçmişten gelen kurumsal yapının güven düzeylerini şekillendirdiğini gösteren makro analizler (Knack ve Keefer, 1997, s. 1253; Bjørnskov, 2007, s. 4; Acemoğlu ve Robinson, 2012, s. 74; Nunn ve Wantchekon, 2011, s. 3222), H5'in işaret ettiği üzere çevrim içi ölçümlerde kurumsal yapının yeterince dikkate alınması gerektiğini desteklemektedir. *Son olarak*, dikkat ekonomisi ve gözetim kapitalizmi mantığıyla işleyen sosyal medya platformlarının sık kullanımı, kullanıcıların odaklanma ve empati kapasitelerinde aşınmaya yol açarak sosyal sermayeye katkılarını sınırlandırabilmektedir. Bu değerlendirme, H6 ile uyumlu biçimde, sosyal medyanın yalnızca ağ genişlemesi üzerinden değil; bilişsel ve duygusal kapasiteler üzerindeki etkileriyle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Hari, 2022, s. 83).

2.6. Genel Değerlendirme

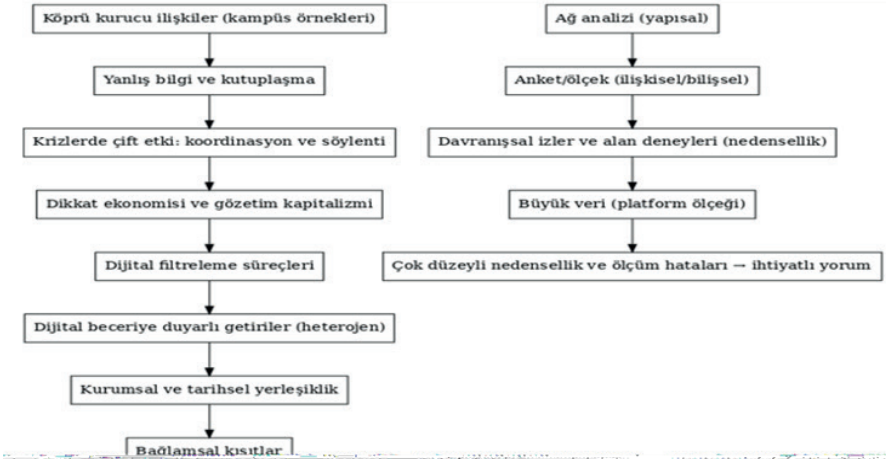
Bu değerlendirmeler ışığında, sosyal medyanın sosyal sermayeye katkısının kesin olmadığı; aksine koşullu, ortama bağlı olarak şekillenen ve farklı düzeylerde işleyen bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Sosyal medya kullanımının sosyal sermaye üzerindeki olumlu sonuçları bilgi paylaşımı, iş birliği ve güven oluşumunu destekleyen yapılarda yoğunlaşırken; olumsuz sonuçları yanıltıcı ve doğrulanmamış bilginin yayılımı, kutuplaşma ve dijital eşitsizlikler üzerinden ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, sosyal sermaye literatürünün sosyal medya bağlamında yeniden yorumlanabilmesi için, yapısal göstergeler ile ilişkisel ve bilişsel derinlik arasındaki ayrımı belirginleştiren daha bütüncül ve eleştirel bir yaklaşıma ihtiyaç vardır.

Sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki etkilerine yönelik değerlendirmeler, çift yönlü ve koşullara göre farklılaşan bir yapıya işaret etmektedir. Bir yandan bilgi paylaşımı, iş birliği ve öznel iyi oluş gibi olumlu çıktılar üretilebilirken; diğer yandan yanıltıcı ve doğrulanmamış içerikler, kutuplaşma ve dijital eşitsizlik gibi sınırlayıcı ve aşındırıcı süreçler de eş zamanlı olarak ortaya çıkabilmektedir. Sosyal medya etkileşimlerinin ortaya çıkardığı bu ikili yapı, sosyal sermaye üretiminin değerlendirilmesinde nitel bir gerçeklik sorgulamasını gerekli kılmakta; buna bağlı olarak geliştirilen hipotezler Tablo 1'de toplu biçimde sunulmaktadır.

Tablo 1. Çalışmada geliştirilen hipotezlerin özeti (H1-H6)

Hipotez	Açıklama
H1	Yapısal görünürlükteki artış (zayıf bağlar ve erişim genişlemesi), ilişkisel ve bilişsel sosyal sermaye birikimine kendiliğinden dönüşmektedir.
H2	Sosyal medya ağlarının öneri ve sıralama sistemleri çift yönlü bir etki üretmektedir; bir yandan heterojen bağları ve bilgi akışını güçlendirirken, diğer yandan platform-temelli ayrışma ve kutuplaşma süreçleri yoluyla güven ilişkilerini zayıflatabilmektedir.
H3	Kriz dönemlerinde (doğal afetler, pandemiler ve siyasal şoklar) sosyal medya, eşzamanlı olarak hem iş birliklerini ve gönüllü seferberliği desteklemekte hem de yanıltıcı ve doğrulanmamış bilginin yayılımını hızlandırabilmektedir.
H4	Dijital beceri düzeylerindeki farklılıklar, sosyal sermayeden elde edilen faydaların heterojen biçimde dağılmasına neden olmaktadır.
H5	Kurumsal ve tarihsel bağlam, sosyal sermayenin çevrim içi göstergelerle ölçülmesinde dikkate alınması gereken belirleyici unsurlardır.
H6	Dikkat ekonomisi ve gözetim kapitalizmi dinamikleri, bilişsel aşınma yoluyla sosyal sermaye üretimini sınırlayıcı etkiler yaratmaktadır.

Özellikle kullanıcıların dijital becerileri, kriz dönemlerinin dinamikleri, kurumsal kalite ve dikkat ekonomisinin yol açtığı bilişsel aşınma (Hari, 2022, s. 83), hangi etkinin baskın çıkacağını belirleyen kritik değişkenlerdir. Bu bağlamda, çalışmada geliştirilen model, sosyal medyanın aynı anda hem güçlendirici hem de aşındırıcı etkiler üretebilen çift yönlü etki yapısını görsel olarak ortaya koymakta ve tartışmayı desteklemektedir (Şekil 3).



Şekil 3. Sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki çift yönlü etkileri

Kaynak: Hari (2022, s. 83); Ellison vd. (2007, s. 1145); Valenzuela vd. (2009, s. 879); Vosoughi vd. (2018, s. 1147); Bail vd. (2018, s. 9218); Greitemeyer (2022, s. 15)

Dolayısıyla sosyal medyanın bilgi paylaşımı, iş birliği ve öznel iyi oluş gibi olumlu çıktılar üretme potansiyelinin yanı sıra; yanıltıcı ve doğrulanmamış içerikler, kutuplaşma ve dijital eşitsizlik gibi olumsuz dinamikleri de beraberinde getirebildiği ortaya konmaktadır. Ayrıca kullanıcıların dijital becerileri, kriz dönemlerinin koşulları, kurumsal kalite ve dikkat ekonomisinin yol açtığı bilişsel aşınma gibi ilişkişel faktörler, bu etkilerin yönünü ve şiddetini belirleyen kritik değişkenler olarak öne çıkmaktadır.

3. Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırma Gündemi

Bu çalışma, sosyal medyanın sosyal sermaye üretme potansiyeline ilişkin literatürü nitel ve eleştirel bir çözümleme yaklaşımıyla değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ancak benimsenen yöntemsel yapı gereği belirli sınırlılıklar söz konusudur. Bu sınırlılıkların açık biçimde ortaya konulması, çalışmanın kapsamının doğru biçimde anlaşılmasına katkı sağlamakta; aynı zamanda gelecekteki araştırma gündeminin daha tutarlı ve sistematik biçimde yapılandırılmasına olanak tanımaktadır.

3.1. Sınırlılıklar

Bu çalışmanın temel sınırlılıklarından biri, çözümlemenin ağırlıklı olarak ikincil kaynaklara ve mevcut ampirik literatüre dayanmasıdır; bu nedenle doğrudan saha verisi üretimi ya da özgün istatistiksel kanıt sunulmamaktadır. Bu durum, bağlama özgü dinamiklerin tüm çeşitliliğiyle elde edilmesi eksikliğini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca incelenen çalışmaların önemli bir bölümünün Batı merkezli veri kümelerine ve üniversite öğrencileri gibi belirli örneklem gruplarına odaklanması, elde edilen çıkarımların genel geçerlik düzeyini sınırlayıcı bir etki yaratmaktadır (Ellison vd., 2007, ss. 1145–1147; Valenzuela vd., 2009, ss. 879–882). Bu çerçevede, gelişmekte olan ülkeler, göçmen topluluklar ve farklı dijital altyapı düzeylerine sahip bölgeler açısından ampirik boşlukların varlığını sürdürdüğü anlaşılmaktadır.

Sosyal sermaye literatüründe kavramın farklı çalışmalarda farklı ölçütler ve göstergeler aracılığıyla ele alınması, önemli bir metodolojik sınırlılık oluşturmaktadır. Bazı araştırmalar bağlantı sayısı, ağ yoğunluğu ya da etkileşim sıklığı gibi yapısal göstergelere odaklanırken; bazıları da güven, karşılıklılık ve aidiyet gibi ilişkişel ve bilişsel boyutları öncelemektedir. Bu metodolojik çeşitlilik, çalışmalar arası karşılaştırılabilirliği zayıflatmakta ve literatür genelinde bütüncül bir değerlendirme ve sonuç üretme kapasitesini sınırlamaktadır (Sánchez-Arrieta vd., 2021, s. 3).

Sosyal medya ağları ve içerik sıralama ve yönlendirme mekanizmaları, yüksek bir dönüşüm ve güncellenme hızına sahiptir. Bu dinamik yapı,

literatürde üretilen bulguların görece kısa süreler içinde durumsal ve dönemsel geçerliliğini yitirmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle, sosyal medya–sosyal sermaye ilişkisine dair sonuçların, üretildikleri dönemin teknolojik, kurumsal ve uygulama yöntemleri dikkate alınarak yorumlanması gerekmektedir.

3.2. Gelecek Araştırmalara Yönelik Yöntemsel Öneriler

(i) Karma yöntemler ve güçlendirilmiş nedensellik çıkarımları:

Gelecek araştırmaların, deneysel yaklaşımlar (Bail vd., 2018, s. 9218), davranışsal bilgi kaynakları (Bakshy vd., 2015) ve ağ analizi tekniklerini (Wasserman ve Faust, 1994, ss. 94–96), anket temelli ölçümler ve nitel yöntemlerle bütünleştirmesi, sosyal medya–sosyal sermaye ilişkilerinde nedensel mekanizmaların daha sağlam ve çok boyutlu biçimde incelenmesine olanak sağlayacaktır. Bu çerçevede, karma yöntemli araştırma metodlarına ön-kayıt uygulamalarının ve kontrol edilebilir analiz yöntemlerinin yer verilmesi, sonuçların tutarlı biçimde tekrar elde edilebilirliğini ve güvenilirliğini artırma potansiyeline sahiptir.

(ii) Karşılaştırmalı örneklem yaklaşımları:

Farklı yaş grupları, dijital beceri düzeyleri ve kültürel yapılar arasında gerçekleştirilecek karşılaştırmalı analizler, sosyal sermayeden elde edilen katkıların heterojen dağılımını daha görünür kılacaktır (Greitemeyer, 2022, ss. 15–17). Bu doğrultuda, gelişmekte olan ülkeler, göçmen topluluklar ve dezavantajlı grupları kapsayan çok boyutlu ve karşılaştırmalı veri toplama yöntemlerinin geliştirilmesi ve literatürdeki örneklem kapsayıcılığı güçlüklerinin aşılmasına katkı sağlayabilir.

(iii) Kriz ortamları ve topluluk temelli süreçler:

Doğal afetler, pandemi ve siyasal şoklar gibi kriz durumlarında sosyal medyanın, bir yandan ortak eylem ve koordinasyon kapasitesini artırırken, diğer yandan yanıltıcı ve doğrulanmamış bilginin yayılımını hızlandırabilen etkilerini eşzamanlı olarak inceleyen çalışmalar kritik önem taşımaktadır (Starbird ve Palen, 2011, s. 4; Mendoza vd., 2010, s. 75). Bu çerçevede, erken tespit ve doğrulama süreçlerini içeren vaka odaklı araştırma yaklaşımlarının geliştirilmesi, kriz anlarında sosyal medyanın çift yönlü etkilerinin daha ayrıntılı ve ortama bağlı olarak analiz edilmesine olanak sağlayacaktır.

(iv) Kurumsal ve tarihsel oluşum süreçleri:

Makro düzeyde kurumsal kalite ile tarihsel güvensizlik eğilimlerinin, çevrim içi sosyal sermaye oluşumunu nasıl biçimlendirdiğini inceleyen dönemsel ve karşılaştırmalı çalışmalar, literatürdeki önemli bir boşluğun giderilmesine katkı

sağlayabilir Knack ve Keefer, 1997, s. 1253; Nunn ve Wantchekon, 2011, s. 3222. Bu doğrultuda, dijital göstergelerin kurumsal değişkenlerle birlikte ele alındığı mikro–makro boyutları bütünleştiren analitik modellerin kullanılması, çevrim içi sosyal sermayenin koşullara bağlı yapısal süreçlerini daha bütüncül biçimde analiz etmeye olanak tanıyacaktır.

(v) Büyük ve nitel veri ilişkilendirilmesi ile ölçeklenebilir ölçüm yöntemleri:

Dijital ortamlarda sosyal sermayenin geniş ölçekli veri setleri aracılığıyla ölçülebilirliğini inceleyen büyük veri temelli yaklaşımlar (örneğin, Facebook üzerindeki 21 milyar arkadaşlık ilişkisini analiz eden çalışmalar (Chetty vd., 2022, s. 6), nitel bulgularla bütünleştirilmesi, sosyal sermaye üretim süreçlerinin daha derinlemesine ve ortama duyarlı biçimde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Bu doğrultuda, ağ yapısına ilişkin göstergelerin (derece, aracılık düzeyi, yoğunluk) güven ve karşılıklık gibi ilişkiyel ölçütlerle aynı analitik çerçeve içinde birlikte izlenmesini mümkün kılan, tekrarlanabilir ve açık veri iş akışlarının geliştirilmesi, ölçümün ölçeklenebilirliği ve karşılaştırılabilirliği açısından önemli bir araştırma yönelimi sunmaktadır.

(vi) Ölçüm tutarlılığı ve tekrarlanabilirlik:

Sosyal sermaye araştırmalarında ölçüm heterojenliğini azaltmak amacıyla, yapısal, ilişkiyel ve bilişsel boyutların birlikte ve tutarlı biçimde raporlandığı asgari raporlama standartlarının geliştirilmesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda, açık kod ve açık veri paylaşımı uygulamalarının yaygınlaştırılması; önceden belirlenmiş sonuç göstergeleri ile yürütülen analizlerin ve doğrulama çalışmalarının teşvik edilmesi, bulguların karşılaştırılabilirliğini, görünürlüğünü ve bilimsel güvenilirliğini güçlendirecek önemli bir araştırma yönelimi sunmaktadır.

Sonuç olarak bu çalışma, özgün bir saha verisi üretmemekle birlikte, mevcut literatürdeki bulguları koşullara bağlı farklılıklar ve yöntemsel çeşitlilik ışığında eleştirel ve sistematik bir çözümleme süzgecinden geçirek değerlendirmiştir. Bu yönüyle çalışma, sosyal medyanın sosyal sermaye üretimindeki rolünü, nitel bir gerçeklik sorgulaması çerçevesinde ele alarak alandaki aşırı genelleyici ve iyimser varsayımlara daha dengeli bir bakış açısı sunmaktadır. Gelecek araştırmaların; karma yöntemli ve karşılaştırmalı yaklaşımlar, kriz bağlamına duyarlı analizler, kurumsal ve tarihsel yerleşiklik boyutları ile büyük veri–nitel uyumunu bir araya getiren bütüncül bir araştırma yaklaşımına yönelmesi, sosyal medyanın sosyal sermayeye katkı sağlamasına ilişkin daha tutarlı, koşullara duyarlı ve genellenebilir sonuçların üretilmesine katkı sağlayacaktır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, sosyal medyanın sosyal sermaye üretme potansiyeline ilişkin literatürde öne çıkan aşırı iyimser varsayımları, nitel ve eleştirel bir inceleme kapsamında, “nitel gerçeklik sorgulaması” yaklaşımıyla yeniden değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu doğrultuda yapılan değerlendirmeler, sosyal medyanın bilgi paylaşımı, zayıf bağların genişletilmesi ve yurttaşlık katılımı gibi süreçler aracılığıyla sosyal sermaye oluşumuna belirli koşullar altında katkı sunabildiğini; ancak söz konusu katkının her durumda kalıcı güven, karşılıklılık ve sosyal normların oluşumuna dönüşmediğini ortaya koymaktadır. Başka bir ifadeyle, sosyal medya ortamlarında artan yapısal görünürlük, ilişkisel ve bilişsel derinlikle eş zamanlı biçimde gelişmediğinde “görünürlük–sermaye paradoksu” belirginleşmekte; bu durum sosyal sermaye üretim sürecini koşullara bağlı ve yapısal engeller içinde şekillendirmektedir.

Literatürün karşılaştırmalı değerlendirilmesi, sosyal medyanın sosyal sermaye üzerinde çift yönlü ve koşullara bağlı etkiler üretebildiğini ortaya koymaktadır. Bir yandan sosyal medya ağları, özellikle genç kullanıcılar ve profesyonel ağlar bağlamında, bilgi akışlarını hızlandıran, yeni iş birliği biçimlerini oluşturan ve erişim olanaklarını genişleten sistemler aracılığıyla sosyal sermaye oluşumunu destekleyebilmektedir (Ellison vd., 2007, s. 1145; Mashayekhi ve Head, 2022, s. 4). Diğer yandan, yanıltıcı ve doğrulanmamış içeriklerin yayılımı, platform-temelli ayrışma ve kutuplaşma etkileri ile dijital eşitsizlikler, sosyal sermayeyi zayıflatıcı ve kimi bağlamlarda aşındırıcı süreçlere işaret etmektedir (Vosoughi vd., 2018, s. 1147; Bail vd., 2018, s. 9218). Bu karşıt yönlü etki eğilimleri, sosyal medyanın sosyal sermaye üretimini destekleyen bir araç mı yoksa onu sınırlayan bir süreç mi olduğu yönündeki tartışmanın neden güncelliğini koruduğunu açıklamaktadır.

Makro düzeyde güven, kurumsal yapı ve ekonomik performans arasındaki ilişkileri inceleyen literatür, sosyal sermayenin tarihsel ve kurumsal bağlamdan soyutlanarak ele alınamayacağını açık biçimde ortaya koymaktadır (Knack ve Keefer, 1997, s. 1253; Bjørnskov, 2007, s. 4; Acemoğlu ve Robinson, 2012, s. 74). Bu çerçevede, sosyal medya temelli göstergelerin tek başına sosyal sermaye üretimini temsil ettiği varsayımı, indirgemeci ve bağlamdan kopuk bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Ayrıca dijital beceri düzeylerindeki farklılıklar ve yapısal eşitsizlikler, sosyal sermayeden elde edilen faydaların heterojen biçimde dağılmasına yol açmakta; bazı gruplar sosyal medya ortamlarından görece yüksek düzeyde yararlanırken, diğer gruplar dezavantajlarla karşı karşıya kalmaktadır (Greitemeyer, 2022, s. 15). Dolayısıyla sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki etkileri, eşitlikçi bir sonuç oluşturmaktan ziyade, koşullu ve sosyal medya ortamlarına duyarlı bir yapı sergilemektedir.

Bu çalışmada geliştirilen hipotezler, literatürdeki bulgularla karşılaştırmalı olarak değerlendirildiğinde büyük ölçüde desteklenmektedir. H1, yapısal görünürlükteki artışın kendiliğinden ilişkisel ve bilişsel sosyal sermaye üretimine dönüşmediğini ortaya koymaktadır. H2 ve H3, sosyal medya ağlarının öneri ve sıralama mekanizmaları ile kriz durumları aracılığıyla hem güçlendirici hem de sınırlayıcı etkilerin eşzamanlı olarak oluştuğuna işaret etmektedir. H4, dijital beceri düzeylerindeki farklılıkların sosyal sermayeden elde edilen faydaların dengesiz şekilde dağılmasına yol açtığını; H5 ise makro düzeyde kurumsal ve tarihsel bağlamın çevrim içi göstergelerin yorumlanmasında belirleyici bir rol oynadığını desteklemektedir. H6 kapsamında değerlendirilen bulgular, dikkat ekonomisi ve gözetim kapitalizmi süreçlerinin bilişsel aşınma yoluyla sosyal sermaye üretimi üzerinde sınırlayıcı etkiler yarattığını göstermektedir. Bu değerlendirmeler ışığında, sosyal medyanın sosyal sermaye üretimindeki rolünün belirgin olmadığı; aksine sosyal medya ortamına, kullanıcı özelliklerine ve kurumsal çevreye duyarlı, koşullu bir potansiyel sunduğu anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak, sosyal medyanın sosyal sermaye üretimindeki etkisinin yalnızca teknik bir etkileşim aracı olarak değerlendirilmesi yeterli değildir; bu etkinin aynı zamanda kurumsal kalite, toplumsal güven ilişkileri ve yapısal eşitsizlikler bağlamında ele alınması gereken çok boyutlu bir olgu olduğu görülmektedir. Bu noktada Acemoğlu ve Robinson'un (2012) kurumların uzun dönemli toplumsal ve ekonomik gelişme üzerindeki belirleyici rolüne yaptığı vurgu, sosyal sermaye tartışmalarının makro düzeyde kurumsal bir bakış açısıyla ele alınmasının önemini güçlendirmektedir. Gelecek araştırmalarda, bu çalışmada geliştirilen hipotezlerin işaret ettiği farklı düzeyleri birleştiren karşılaştırmalı ve deneysel tasarımlar ile davranışsal kayıt verileri ve büyük veri temelli analitik yöntemlerin birlikte kullanılması alandaki bilgi birikimini derinleştirecektir.

Bu çerçevede yapılan değerlendirme, sosyal medya ağlarının yalnızca iletişim araçları olmadığını; aynı zamanda ağ dışsallıkları üzerinden değer üreten piyasa yapıları olarak işlediğini göstermektedir. Dolayısıyla sosyal medya kullanımındaki artış otomatik olarak sosyal sermaye artışına karşılık gelmemekte; tersine, piyasa değerinin genişlemesi ile toplumsal değer üretimi arasında sosyal sermaye birikimine dönüşmesi zorunlu olmayan yapısal bir ayrışma ortaya çıkabilmektedir.

Kaynakça

- Acemoğlu, D., ve Robinson, J. A. (2013). *Ulusların düşüşü: Güç, refah ve yoksulluğun kökenleri* (F. Taşkent, Çev.). İstanbul: Doğan Kitap.
- Alesina, A., ve La Ferrara, E. (2002). Who trusts others? *Journal of Public Economics*, 85(2), 207–234. [https://doi.org/10.1016/S0047-2727\(01\)00084-6](https://doi.org/10.1016/S0047-2727(01)00084-6)
- Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bialik, M., Han, E., Mann, M., Merhout, E., ve Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37), 9216–9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>
- Bakshy, E., Messing, S., ve Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Barberá, P. (2015). Birds of the same feather tweet together: Bayesian ideal point estimation using Twitter data. *Political Analysis*, 23(1), 76–91. <https://doi.org/10.1093/pan/mpu011>
- Beugelsdijk, S., ve Smulders, J. A. (2009). Bonding and bridging social capital and economic growth (CentER Discussion Paper No. 2009-27). Tilburg University, Center for Economic Research. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1402697>
- Bjørnskov, C. (2007). Determinants of generalized trust: A cross-country comparison. *Public Choice*, 130(1), 1–21. <https://doi.org/10.1007/s11127-006-9069-1>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Greenwood. https://home.iitk.ac.in/~amman/soc748/bourdieu_forms_of_capital.pdf
- Boyd, d. m., ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bruns, A. (2019). *Are filter bubbles real?*. Polity. <https://www.wiley.com/en-us/Are%2BFilterBubblesReal%3Fp-9781509536443>
- Burt, R. S. (1995). *Structural holes*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674029095>
- Chetty, R., Jackson, M. O., Kuchler, T., Stroebe, J., Hendren, N., ve Gong, S. (2022). *Social capital I: Measurement and associations with economic mobility* (NBER Working Paper Series, No. 30313). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w30313>
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(Suppl.), S95–S120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Davenport, T. H., ve Beck, J. C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

- Durlauf, S. N., ve Fafchamps, M. (2005). Social capital. In P. Aghion ve S. N. Durlauf (Eds.), *Handbook of economic growth* (Vol. 1B, pp. 1639–1699). Elsevier. [https://doi.org/10.1016/S1574-0684\(05\)01026-9](https://doi.org/10.1016/S1574-0684(05)01026-9)
- 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. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Feng, B. (2024). Gaming with health misinformation: A social capital-based study of corrective information sharing factors in social media. *Frontiers in Public Health*, 12, 1351820. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1351820>
- Flaxman, S., Goel, S., ve Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298–320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. <https://doi.org/10.1086/225469>
- Greitemeyer, T. (2022). The dark and bright side of video game consumption: Effects of violent and prosocial video games. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101326. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101326>
- Grootaert, C., ve Van Bastelaer, T. (Eds.). (2002). *Understanding and measuring social capital: A multidisciplinary tool for practitioners*. World Bank. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/221161468741319675/pdf/multi0page.pdf>
- Guess, A., Nagler, J., ve Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Hampton, K. N., ve Wellman, B. (2018). Lost and saved . . . again: The moral panic about the loss of community takes hold of social media. *Contemporary Sociology*, 47(6), 643–651. <https://doi.org/10.1177/0094306118805415>
- Hari, J. (2022). *Çalınan dikkat: Neden odaklanamıyoruz?* (B. E. Aksoy, Çev.). Metis Yayınları.
- Hong, I.-P., ve Bae, S.-M. (2023). The relationship between social network service use motives and subjective well-being: The mediating effect of online and offline social capital. *Psychiatry Investigation*, 20(6), 493–503. <https://doi.org/10.30773/pi.2022.0008>
- Imran, M., Castillo, C., Diaz, F., ve Vieweg, S. (2015). Processing social media messages in mass emergency: A survey. *ACM Computing Surveys*, 47(4), Article 67, 1–38. <https://doi.org/10.1145/277158>
- Katz, M. L., ve Shapiro, C. (1985). Network externalities, competition, and compatibility. *American Economic Review*, 75(3), 424–440.

- Kim, H., ve Ahn, J. (2022). The effect of social media on social capital and life-satisfaction in the case of college sports. *Atlantic Journal of Communication*, 31(3), 227–242. <https://doi.org/10.1080/15456870.2022.2061712>
- Knack, S., ve Keefer, P. (1997). Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(4), 1251–1288. <https://doi.org/10.1162/003355300555475>
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815447>
- Liu, D., ve Brown, B. B. (2014). Self-disclosure on social networking sites, positive feedback, and social capital among Chinese college students. *Computers in Human Behavior*, 38, 213–219. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.023>
- Mashayekhi, M., ve Head, M. (2022). Developing social capital through professionally oriented social network sites. *Information ve Management*, 59(6), 103664. <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103664>
- Mendoza, M., Poblete, B., ve Castillo, C. (2010). Twitter under crisis: Rumor propagation / Can we trust what we RT? In *Proceedings of the 1st Workshop on Social Media Analytics (SOMA '10)* (pp. 71–79). ACM. https://snap.stanford.edu/soma2010/papers/soma2010_11.pdf
- Newman, M. E. J. (2010). *Networks: An introduction*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199206650.001.0001>
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678>
- Nunn, N., ve Wantchekon, L. (2011). The slave trade and the origins of mistrust in Africa. *American Economic Review*, 101(7), 3221–3252. <https://doi.org/10.1257/aer.101.7.3221>
- OECD. (2015). *How's life? 2015: Measuring well-being*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/how_life-2015-en
- Ostrom, E. (1990). Analyzing institutional change. In *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action* (pp. 103–142). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511807763>
- Pei, M. (2018). China in Xi's "New Era": A play for global leadership. *Journal of Democracy*, 29(2), 37–51. <https://dx.doi.org/10.1353/jod.2018.0023>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon ve Schuster.
- Rochet, J. C., ve Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029. <https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press. <https://www.simonandschuster.com/books/Diffusion-of-Innovations/Everett-M-Rogers/9780743222099>

- Sabatini, F. (2009). Social capital as social networks: A new framework for measurement and an empirical analysis of its determinants and consequences. *The Journal of Socio-Economics*, 38(3), 429–442. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2008.06.001>
- Sánchez-Arrieta, N., González, R. A., Cañabate, A., ve Sabate, F. (2021). Social capital on social networking sites: A social network perspective. *Sustainability*, 13(9), 5147. <https://doi.org/10.3390/su13095147>
- Saxenian, A. (2005). From brain drain to brain circulation: Transnational communities and regional upgrading in India and China. *Studies in Comparative International Development*, 40(2), 35–61. <https://doi.org/10.1007/BF02686293>
- Sidhu, A., Singh, A., Qazi, S., ve Bhalla, P. (2023). Social media, social capital, and knowledge sharing: Impact and implications for higher education governance. *Corporate ve Business Strategy Review*, 4(4, Special Issue), 63–72. <https://pdfs.semanticscholar.org/ad2b/df3ff950098ab2551338680b83e16969e1.pdf>
- Simon, H. A. (1971). Designing organizations for an information-rich world. In M. Greenberger (Ed.), *Computers, communications, and the public interest* (pp. 37–72). Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Soh, F., Smith, K., ve Dhillon, G. (2022). The relationship between social capital and social media addiction: The role of privacy self-efficacy. *Australasian Journal of Information Systems*, 26, 1–20. <https://doi.org/10.3127/ajis.v26i0.3194>
- Starbird, K., ve Palen, K. (2011). “Voluntweeters”: Self-organizing by digital volunteers in times of crisis. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1071–1080). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/1978942.1979102>
- Sundie, J. M., Pandelaere, M., Lens, I., ve Warlop, L. (2020). Setting the bar: The influence of women’s conspicuous display on men’s affiliative behavior. *Journal of Business Research*, 120, 569–585. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.040>
- Top, S., Dilek, S., & Çolakoğlu, N. (2011). Perceptions of network effects: Positive or negative externalities?. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 1574–1584.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. United Nations. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Uslaner, E. M. (2002). *The moral foundations of trust*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511614934>
- 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 participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875–901.

<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>

van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001>

Varian, H. R. (2019). Artificial intelligence, economics, and industrial organization. *NBER Working Paper No. 24839*. <https://doi.org/10.3386/w24839>

Vosoughi, S., Roy, D., ve Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

Wasserman, S., ve Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge University Press.

Woolcock, M., ve Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225–249. <https://doi.org/10.1093/wbro/15.2.225>

Zuboff, S. (2015). Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75–89. <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>