

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI**

**TÜRLER BAĞLAMINDA SOSYAL SERMAYENİN
TÜRKİYE'DE YÖNETİCİLER BAĞLAMINDA
KARŞILIĞININ ARAMAK: İLK 1000 FİRMA
YÖNETİCİLER ÜZERİNDEN BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

Yunus Emre ERTUĞRUL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN
Prof. Dr. Mustafa Atilla ARICIOĞLU**

KONYA - 2021



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Yunus Emre ERTUĞRUL		
	Numarası	18811101005		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İşletme Anabilim Dalı / İşletme Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Mustafa Atilla ARICIOĞLU		
Tezin Adı	Türler Bağlamında Sosyal Sermayenin Türkiye’de Yöneticiler Bağlamında Karşılığının Aramak: İlk 1000 Firma Yöneticiler Üzerinden Bir Alan Araştırması			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Yunus Emre ERTUĞRUL

(İmza)

.....

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
---	--	---

Öğrencinin	Adı Soyadı	Yunus Emre ERTUĞRUL		
	Numarası	18811101005		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İşletme Anabilim Dalı / İşletme Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Mustafa Atilla ARICIOĞLU		
Tezin Adı	Türler Bağlamında Sosyal Sermayenin Türkiye’de Yöneticiler Bağlamında Karşılığının Aramak: İlk 1000 Firma Yöneticiler Üzerinden Bir Alan Araştırması			

ÖZET

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren büyük işletmelerdeki yöneticilerin sosyal sermaye yaklaşımlarını türleri üzerinden ölçülmeyi amaçlanmıştır. Bu kapsamda ilk bölümde sosyal sermayenin ne olduğu üzerine detaylı bir şekilde incelemiştir. İkinci bölümde sosyal sermayenin türlerine ve üçüncü bölümde ise sosyal sermaye üzerine yapılan yerel ve yabancı literatürdeki çalışmalara yer verilmiştir. Veriler, 2008 yılı BIST’de yayımlan Türkiye’deki ilk 1000 firma üzerinden nitel bir yöntem kullanılarak ulaşılan 200 farklı üst düzey yöneticiden elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 22.0 programı ile analiz edilmiştir.

Analiz sonucunda, sosyal sermayenin ilk sosyal sermaye türü olarak değerlendirdiğimiz güçlü ve zayıf bağlar açısından, Türkiye’deki üst düzey yöneticilerin düşük düzeyde zayıf bağlarla yüksek düzeyde güçlü bağlara sahip olduğu sonucuna varılmıştır. İkinci türü olarak değerlendirdiğimiz sosyal sermayenin bağlayıcı, köprü kuran ve birleştiren sosyal sermaye türlerine baktığımızda, Türkiye’deki üst düzey yöneticilerin bağlayıcı sosyal sermayeleri daha yüksek olduğu görülmüştür. Aynı zamanda, yüksek düzeyde köprü kuran ve birleştiren sosyal sermayeye de sahip olduğu tespit edilmiştir. Son olarak ise üçüncü türü olarak değerlendirdiğimiz yapısal ve kavramsal sosyal sermayeye açısından sosyal sermaye türleri arasında en yüksek düzeyde çıkan sermaye türleri olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sermaye Türleri, Zayıf Bağlar, Güçlü Bağlar

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ KONYA SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
---	--	--

Author's	Name Surname	Yunus Emre ERTUĞRUL		
	Student Number	18811101005		
	Department	Department of Business Administration		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Prof. Dr. Mustafa Atilla ARICIOĞLU		
Title of the Thesis/Dissertation	Searching for the Equivalence of Social Capital in the Context of Types in Turkey in the Context of Managers: A Field Study on Top 1000 Company Managers			

ABSTRACT

In this study, it is aimed to measure the social capital approaches of managers in large enterprises operating in Turkey over their types. In this context, he examined in detail what social capital is in the first chapter. In the second chapter, types of social capital, and in the third chapter, studies in domestic and foreign literature on social capital are included. The data were obtained from 200 different senior executives, accessed with qualitative method, among the first 1000 companies in Turkey published in 2008 BIST. The data obtained were analyzed with the SPSS 22.0 program.

As a result of the analysis, it is concluded that, in terms of strong and weak ties, which we consider as the first type of social capital, top management in Turkey has low level of weak ties and high level of strong ties. When we look at the types of social capital that is binding, bridging and uniting social capital, which we consider as the second type, it is seen that the binding social capital of senior managers in Turkey is higher. It has also been found to have a high level of bridging and uniting social capital. Finally, it has been seen that, in terms of structural and conceptual social capital, which we consider as the third type, among the types of social capital, it is seen that the capital types are the highest.

Keywords: Types of Social Capital, Weak Ties, Strong Ties

İÇİNDEKİLER

YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU	ii
BİLİMSEL ETİK SAYFASI	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
KISALTMALAR	xii
ÖN SÖZ	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SERMAYENİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Sosyal Sermayenin Gereğesi, Unsurları ve Geçmişi	4
1.2. Sosyal Sermaye Araştırmasında Yaklaşımlar	11
1.2.1. Sınıfsal Ayrım	11
1.2.2. Sosyal Ağ İlişkileri.....	14
1.2.2.1. Granovetter Zayıf Bağlar	14
1.2.2.2. Burt Yapısal Boşluklar	15
1.2.2.3. Coleman Ağ Kapalılığı	17
1.2.2.4. Nan Lin Ağ-Kaynak Teorisi	18
1.2.3. Kalkınma ve Kolektif Sosyal Sermaye	19
1.2.4. Gömülü Sosyal Sermaye	22
1.3. Sosyal Sermayenin Birleşenleri Üzerinden Okunması	25
1.3.1. Güven	25
1.3.2. Normlar	29
1.3.3. Ağ İlişkileri	31

İKİNCİ BÖLÜM

İLİŞKİ TÜRLERİNE GÖRE SOSYAL SERMAYE

2.1. Bağlayıcı, Köprü Kuran ve Birleştirici Sosyal Sermaye	35
2.1.1. Bağlayıcı Sosyal Sermaye	35
2.1.2. Köprü Kuran Sosyal Sermaye	37
2.1.3. Birleştirici Sosyal Sermaye	39
2.2. Güçlü ve Zayıf Bağlar	41
2.2.1. Güçlü Bağlar	42
2.2.2. Zayıf Bağlar	44
2.3. Dayanışmacı, Aracı ve Bağlantı Kuran Sosyal Sermaye	47
2.3.1. Dayanışmacı Sosyal Sermaye	47
2.3.2. Aracı Sosyal Sermaye	51
2.3.3. Bağlantı Kuran Sosyal Sermaye	55
2.4. Yapısal ve Kavramsal Sosyal Sermaye	57
2.4.1. Yapısal Sosyal Sermaye	58
2.4.2. Kavramsal Sosyal Sermaye	60
2.4.2.1. Bilişsel Sosyal Sermaye	60
2.4.2.2. İlişkisel Sosyal Sermaye	62

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ SOSYAL SERMAYE ÇALIŞMALARI ÜZERİNE BİR LİTERATÜR TARAMASI

3.1. Yerel Literatür	68
3.2. Yabancı Literatür	84

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ VE BULGULARI

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	94
4.2. Araştırmanın Sınırlılık ve Kapsamı	95
4.3. Araştırmanın Metodolojisi ve Hipotezleri	98
4.4. Araştırma Bulguları	100
4.4.1. Faktör ve Güvenilirlik Analizi	103

4.4.2. Güven Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analizi	104
4.4.3. Bağlayıcı- Köprü Kuran- Bağlantı Kuran Sosyal Sermaye Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analizi	106
4.4.4. Yapısal ve Kavramsal Sosyal Sermaye Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analizi.....	108
4.4.5. Frekans Analizi	111
4.5. Ölçeklere İlişkin Temel Betimsel İstatistikler	116
4.6. Fark Analizleri	117
4.7. Korelasyon Analizi Sonuçları	127
4.8. Hipotez Testi Sonuçları	130
SONUÇ	135
ÖNERİLER	146
KAYNAKÇA.....	147
EKLER	165
Ek-1: Anket Formu	165

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Uluslararası organizasyonlar ve sosyal sermaye.	10
Tablo 2.1. Güçlü ve zayıf bağ özellikleri.	43
Şekil 2.1. Dayanımcı sosyal sermaye.	51
Tablo 2.2. Dayanımcı ve aracı sosyal sermaye özellikleri.	55
Şekil 2.2. Yapısal, ilişkisel, bilişsel sosyal sermaye.	58
Tablo 3.1. Yıllara göre sosyal sermaye çalışmaları.	65
Tablo 3.2. Bölümlere göre sosyal sermaye çalışmaları.	66
Tablo 3.3. Sosyal sermayenin bölümlere göre yüzdesel dağılımı.	67
Tablo 4.1. 2018 Yılı İSO 500 ve İSO ikinci 500 büyük sanayi kuruluşunun sektörel dağılımı.	97
Tablo 4.2. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları.	101
Tablo 4.3. İşletmenin demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları.	102
Tablo 4.4. Güvenilirlik analizi.	104
Tablo 4.5. Güven Ölçeği.	105
Tablo 4.6. Bağlayıcı- köprü kuran- birleştiren sosyal sermaye ölçeği.	106
Tablo 4.7. Yapısal ve kavramsal sosyal sermaye ölçeği.	109
Tablo 4.8. Normal dağılıma ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri.	110
Tablo 4.9. Katılımcıların gönüllü kuruluşlara üyelik durumları.	111
Tablo 4.10. Katılımcıların farklı gönüllü kuruluşlara üyelik durumları.	111
Tablo 4.11. Katılımcıların gönüllü kuruluşlardaki aktiflik durumu.	112
Tablo 4.12. Katılımcıların son üç yıl gönüllü kuruluşlardaki aktifliği.	112
Tablo 4.13. Üyesi oldukları gönüllü kuruluşların sosyo-ekonomik yapısı.	113
Tablo 4.14. Üyesi oldukları gönüllü kuruluşların dini görüş çeşitliliği bakımından yapısı.	113
Tablo 4.15. Üyesi oldukları gönüllü kuruluşların politik görüş çeşitliliği.	114
Tablo 4.16. Çok kültürlü bir çevreye karşı tutumu.	114
Tablo 4.17. Farklı yaşam tarzlarına tutumu.	115
Tablo 4.18. Katılımcıların toplumsal sorumluluklara karşı tutumları.	115
Tablo 4.19. Katılımcıların benzer amaçlar doğrultusunda işbirliği tutumları.	116
Tablo 4.20. Değişkenlere ait ortalama ve standart sapma değerleri.	116
Tablo 4.21. Cinsiyete göre T-testi fark analizi.	118

Tablo 4.22. Medeni Duruma göre T-testi fark analizi.	119
Tablo 4.23. Yaşa göre tek yönlü varyans fark analizi.....	120
Tablo 4.24. Eğitim durumlarına göre tek yönlü varyans fark analizi.	121
Tablo 4.25. İşletme yapısına göre tek yönlü varyans fark analizi.....	122
Tablo 4.26. İşletme yönetim yapısına göre tek yönlü varyans fark analizi.....	123
Tablo 4.27. İşletmede çalışan kişi sayısına göre t-testi fark analizi.....	126
Tablo 4.28. Korelasyon analizi.	127
Tablo 4.29. Zayıf bağlar ile güven boyutları arasındaki ilişkiler.....	130
Tablo 4.30. Güçlü bağlar ile dernek üyeliği arasındaki ilişki.	131
Tablo 4.31. Yakın arkadaşlar ve meslektaşlar ile ilişki ile bağlayıcı sosyal sermaye arasındaki ilişki.	132
Tablo 4.32. Çevrede farklı zevklere sahip insanları çeşitliliği ile köprü kuran sosyal sermaye arasındaki ilişki.....	132
Tablo 4.33. Farklı kurumlardan destek alma ile birleştiren sosyal sermaye arasındaki ilişki.	133
Tablo 4.34. Firma içi iletişim kanallarının mevcudiyeti ile yapısal sosyal sermaye arasındaki ilişki.	133
Tablo 4.35. Firma içi örgütsel anlayış varlığı ile kavramsal sosyal sermaye arasındaki ilişki.	134
Tablo 4.36. Hipotez Sonuçları	134

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Dayanışmacı sosyal sermaye.....	51
Şekil 2.2. Yapısal, ilişkişel, bilişsel sosyal sermaye.....	58



KISALTMALAR

- ECLAC** : Economic Commission for Latin America and the Caribbean
FAO : Food and Agriculture Organization
KOSGEB : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
OECD : Organisation for Economic Cooperation and Development
TDK : Türk Dil Kurumu
TDV : Türkiye Diyanet Vakfı
TÜBİTAK : Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
WB : Dünya Bankası

ÖN SÖZ

Eğitim hayatım boyunca ve bu tez çalışmasında başından itibaren her zaman bilgisini ve desteğini esirgemeyen, sabırlı ve hoş görüyle yardımcı olan çok değerli danışmanım Prof. Dr. M. Atilla ARICIOĞLU'na teşekkürü borç bilirim.

Maddi ve manevi katkıları ile bugünlere ulaşmamda en büyük paya sahip olan başta annem olmak üzere babam, abilerim ve ablama şükranlarımı sunarım. Tez boyunca yaptığı katkıları ve yardımlarından dolayı Cansu KÜÇÜKYANIK'a Majed ALMATARI'ye çok teşekkür ederim. Hayatım boyunca hiç desteklerini eksik etmeyen Hüseyin SAĞLAM ve Serhat DEMİRCİ'ye, bir abla olarak her zaman yanımda olan Ayşe ÇİÇEK ARSLAN'a çok teşekkür ederim.

Yunus Emre ERTUĞRUL

Konya, 2021

GİRİŞ

Klasik anlamdaki sermaye olgusu insanlığın ilk gününden bu güne kadar var ola gelmektedir. Var olan her şeyin değişime mahkûm olması düsturu içerisinde sermaye olgusunda da ciddi değişimler yaşanmıştır. Endüstri devri ile önemi artan fiziki sermaye kavramının önemi 20 yy. kadar sürmüştür. Bu tarihlerde klasik sermayenin yetersizliği iyice hissedilmesiyle birlikte sermaye algısında ilk radikal değişimler gerçekleşmeye başlamıştır. Toplumunda, insanların kazanılmış ve faydalı becerileri de ilk defa sermaye olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Eğitim sayesinde elde edilen bu kazanılmış beceriler “beşeri sermaye” olarak adlandırılmaktadır ve uzunca bir tartışmaya sebep olan kavram ancak 1960’larda iktisat literatürüne girebilmiştir. Sermaye konusundaki son büyük değişim ise küreselleşmeyle gelen belirsizlik ve teknolojik gelişmelerle gelen sınırsızlık algısı topluma birlikte birçok alanda değişimler yapmıştır. Bu değişimlerden de fiziki ve beşeri sermayenin eksiklerini tamamlayan insanların ilişkilerini kaynak olarak kabul eden sosyal sermaye ortaya çıkmıştır.

Anlamsal olarak çok eski bir geçmişi olan sosyal sermaye kavramsal olarak 20.yy. başlarında ilk defa Hanifan tarafından 1916 yılında kullanılmıştır. Sonrasında 20. yy. ortalarında bazı iktisatçıları tarafından kullanılsa bile küreselleşmeyle başlayan gelişmeler sonucu artan önemi birçok farklı alanın dikkatini üzerine çekmiştir. Özellikle sosyal bilimler alanında hem sosyologlar, hem siyaset bilimciler hem de iktisatçılar için temel çalışma alanına dönüşmüştür. Örgüt literatürüne 1990’lardan sonra yapılan çalışmalarla giren sosyal sermaye kavramı kısa süre içinde çalışmaları ile diğer bütün alanların önüne geçmiştir. Dünyada yapılan çalışmalar ve Türkiye’de son üç yıl içinde yapılan çalışmalar ise bize kanıtlar niteliktedir (Burt, 1992; Uzzi, 1997; Nahapiet ve Ghoshal, 1998; Woolcock,1998; Gabbay, 1999; Adler ve Know, 2002; Konak, 2018; Toprakçı Alp, 2018; Yıldırım, 2019; Söylemez, 2019; Özcan, 2020).

Sosyal sermaye doğası gereği ilişkisel bir yapıya sahip olması ve örgütlerde ilişkilerini üst düzey yönetici tarafından sürdürülmesi, örgütlerin sosyal

sermayelerini üst düzey yöneticileri üzerinden ölçülmeye çalışılmıştır (Sangyub Ryu, 2007: 404). Bu araştırmada Türkiye’de faaliyet gösteren büyük işletmelerdeki yöneticilerin sosyal sermaye yaklaşımlarını türleri üzerinden ölçmek amaçlanmıştır. Yani Türkiye’deki üst yönetim için sosyal sermayenin ne anlama geldiği, yöneticileri yakın çevre ve uzak çevre ile ilişkileri, yöneticilerin firma içi bağlantıları, diğer firmalarla olan bağlantılar ve kurum ve kuruluşlarla olan bağlantıları, bu bağlantının yoğunluğu veya zayıflığı ve bu bağlantılar ile girmiş oldukları ilişki düzeylerindeki güven, ağ bağları ve normlara bakışları anlaşılmasına çalışılarak Türkiye’deki iş dünyasının sosyal sermaye seviyesine genel bir bakışa sahip olunmayı amaçlamıştır. Bu bağlamda 2008 yılı BIST’de yayınlanan Türkiye’deki ilk 1000 firması örneklem olarak seçilmiştir.

Bu tez çalışması 5 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde sosyal sermayenin kavramsal ve anlamsal geçmişinden, sosyal sermaye üzerine kurumsal ve bireysel yapılan çalışmalardaki tanımlamalarından ve öneminden bahsedilmiştir. Sonrasında sosyal sermayenin üç temel unsuru olan güven, norm ve ağ ilişkileri incelenmiştir. Sonunda ise sosyal sermayeyi farklı açılardan ele alan boyutlarının detaylı bir araştırması yapılmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünde sosyal sermayenin türleri olarak kabul edilen güçlü ve zayıf bağlar; bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici sosyal sermaye; dayanışmacı, aracı ve bağlantı kuran sosyal sermaye ve yapısal ve kavramsal sosyal sermayeleri türlerinin öneminden, ortaya çıkışından, benzerlik ve farklılıkları üzerine ayrıntılı incelemeler gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde yöneticiler açısından özellikle sosyal sermaye türleri üzerinden yapılan yerel ve yabancı literatür taranmış olup Türkiye’deki tez çalışmalarına ait niceliksel veriler analiz edilmiştir.

Araştırmanın dördüncü bölümünde oluşturulan anket ile Türkiye’deki ilk 1000 firma üzerinde çalışma yürütülmesi hedeflenmiştir. Ulaşılan 200 farklı firmadan elde edilen veriler üzerinden; güven analizi, faktör analizi, betimsel analiz, frekansa analizi, fark analizi ve hipotez testleri ile farklı istatistiksel testler yapılarak sonuçlara yer verilmiştir.

Araştırmanın 5 bölümünde ise 4. bölümde bulunan sonuçlara ilişkin değerlendirmelere ve yerel ve yabancı literatürde desteklediği çalışmalara yer verilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SERMAYENİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Sosyal Sermayenin Gerekçesi, Unsurları ve Geçmişi

Sermaye, mal ve hizmet üretmek için ortaya konulan üretim faktörlerinden biridir. Diğer bir deyişle sermaye, elde bulunan kaynaklardan gelir sağlamak için ortaya konulan fiziksel araçlardır. Sermayenin değerli bir varlık olabilmesi ve belli bir hedefe ulaşabilmesi için kaynağı hareket ettirebilmesi gerekir. Bundan dolayı sermaye üretim sürecinde kaynakların değiş tokuş nedenleri ve üretim süreci sonunda kaynağı değer üretmek ya da katmak için piyasaya sürülmesi şeklinde çift yönlü bir yapıya sahiptir (Häuberer, 2010: 117; Woolcock ve Narayan, 2000).

“Klasik iktisat öğretilerinde yer alan emek, sermaye, girişim ve doğal kaynaklardan oluşan dört temel üretim faktörü ile çağdaş dünyanın ekonomik olgularını açıklayabilmek çoğu zaman mümkün olmamaktadır” (Karagül ve Masca, 2005: 38). Klasik anlamdaki bu sermaye anlayışı yetersizliği, 20. yy. başlarında Max Weber’in “Protestanlık Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu” adlı makalesi ile anlaşılmaya başlamıştır. 20.yy sonuna geldiğimizde ise Bourdieu (1986), Coleman (1988), Putnam (1993), Burt (1997), Knack (1997), Portes(1998), Fukuyama (1999), Lin (1999), Paxton (1999), Adler ve Kown (2000), Woolcock ve Narayan (2000) gibi eğitimcileri, siyaset bilimcilerin, sosyologların ve ekonomistlerin yaptıkları çalışmalarla birlikte, bu yetersizlikler daha da belirgin bir hal almıştır. Yapılan fiziksel sermayenin yanında beşeri ve sosyal sermayenin de önemli olduğunu ve bunların birbirlerini tamamlayan kaynaklar olarak görülmektedir (Altay, 2007: 338).

Ekonomik sermaye hızlı bir şekilde paraya çevrilebilen veya bir eşya üzerinde sahiplik hakkı olarak ortaya çıkan sermayedir. Beşeri sermaye, bireysel ve toplumsal gelişimi destekleyen, ekonomik refahın gelişimini kolaylaştıran, işgücünün sahip olduğu bilgi ve beceridir (Düzgün, 2018: 58). Sosyal sermaye ise bireyler arası kurulan etkileşimleri sağlayan sosyal ağlarla, toplumsal normlarla ve güvenilirlik ile

yakından ilişkilidir. Sosyal sermayenin ekonomik sermayeye dönüştürülebilmesi, esnek olması ve ikame edilebilir olmasından dolayı sermaye olarak değerlendirilmiştir (Zafer, 2020: 43). Bu üç sermayenin de bazı ortak ve farklı yönleri vardır. Sosyal sermayeye diğer sermayeler gibi gelecekte bir beklenti içine girdikleri için yatırım yapılır. Diğer sermayeler gibi farklı amaçlar doğrultusunda kullanılabilir. Bu sermayelerin hepsi de birbirlerinin tamamlayıcısı konumundadır. Diğer taraftan sosyal sermaye kolektif bir mal olarak karşılıklı olarak istendiğinde ortaya çıkar. Bu ilişkiler sürekli olarak canlı tutulması gerekir. Yani kullanıldıkça artan bir yapıya sahiptir. Sosyal sermaye ilişkilerden doğduğu için ortaya çıkan sermaye kimsenin özel mülkiyetine atfedilemez (Adler ve Kwon, 2000: 7).

Uzun bir geçmişe sahip olan sosyal sermaye anlamsal olarak bir taraftan sosyoloji alanında Tocqueville'e, Durkheim'a, Weber'e, Marks'a, Tönnies'e dayanırken (Şan ve Şimşek, 2011: 90) diğer taraftan iktisat biliminde Adam Smith'e, Marshall'a, Hume'a ve Hicks'a kadar kökleri dayanmaktadır (Tüylüoğlu, 2006: 21). Kavramsal olarak başlangıcı ise Lyda J. Hanifan'ın "*The Rural School Community Center*" adlı 1916 yılındaki çalışması kabul edilir (Hanifan, 1916).

Tocqueville, sosyal sermayeyi anlamsal olarak kullansa da bu süreç içinde diğerlerinde daha büyük öneme sahiptir. 1831 yılında Amerika'ya yaptığı gezileri çalışmasında değerlendiren Tocqueville, sosyal sermayeyi günümüzdeki anlama en yakın anlamda ilk kullanan düşünürdür. Çalışmasında Amerika'nın sahip olduğu "birliktelik sanatı" nın Fransa'ya kıyasla daha fazla olduğundan söz etmekte, "halkın, gerek havadan sudan şeyler için, gerekse de ciddi amaçlarla, gönüllü kuruluşlar oluşturarak bir araya gelebilme yetilerinin yüksek olduğunu görmüştür. Yani Amerika'daki insanların belirli bir amaç doğrultusunda gerek gönüllü organizasyonlarda gerek siyasi organizasyonlarda kolayca bir araya gelebilme özelliğine sahiptir (Şan, 2007: 73). Bu açıdan da diğer toplumlardan ayrılmaktadır.

Hanifan Batı Virginia'da bir okul bölgesinde yaptığı çalışmasında sermayeyi bilindik anlamının dışından sosyal sermaye olarak "iyi niyet, arkadaşlık, yakınlık ve birey, ailesi ve gruplar arasında sosyal ilişkiler" şeklinde tanımlıyor. Bu çalışmasında okul bölgesine atanan bir görevlinin o bölgedeki öğrencilerin okul devamsızlıklarını

toplumun içinde bulunduğu bölgesel sorunlara bağlayarak bunun çözülebilmesi için sosyal sermayenin artırılması gerektiğini ileri sürmüştür. Bu bağlamda bireylerin sosyal sermayeleri geliştirmek için halk eğlencelere, sosyal işlere, pikniklere ve diğer çeşitli toplantılara katılmayı önemmiştir. Bu açıdan ilk olarak toplumda yaşayan bireyleri düzenli bir şekilde okul toplantılarına davet etmesi toplumdaki büyük bir ilginin oluşmasına ve büyük katılımlara neden olmuştur. Ayrıca bu bölgede insanlar için tarımsal fuarlar düzenlemeye, spor müsabakalarına katılmaya teşvik etmek ve onların ulaşım alt yapılarını geliştirmek için daha iyi yollar yapma gibi girişimlerde insanları bir araya getirerek, bireylerin hem toplumsal sorunlarla ilgilenmesine hem sosyal etkileşimleri sayesinde toplumsal sosyal sermayelerini geliştirmeye çalışmıştır. Bu sayede ise sosyal sermaye artışını ve buna bağlı olarak da toplumsal refahın arttığının tespit etmiştir (Hanifan, 1916).

Hanifan'dan sonra sosyal sermaye kavramı J. Jacobs (1961) tarafından kent analizi çalışması yapılan kadar kimse dile getirmemiştir. Jacobs sosyal sermaye kavramını doğrudan kullanmasa da ifade ettiği birçok kavramla dolaylı yoldan sosyal sermaye kavramını çağrıştırmıştır. Bu çalışmada kentsel dönüşümle şehre sonradan gelen yabancıların toplumsal problemler karşısında tepkisiz kalması onların toplumun doğal yapısını bozduğu ileri sürmektedir. Topluma sonradan dâhil olan bu yabancıardan dolayı herkes tarafından kullanılan parklarda, dükkânlarda ve kaldırımlarda düzensizliğin oluşarak sosyal yapının bozulmasının temel nedenini toplumda güvenin sağlanamamasından kaynaklandığını dile getirir. Bu güvenin resmi görevliler yerine toplumda bulunan komşuların ya da esnafların sayesinde kamusal alanlarda insanların birlikte gözetleme yapması sonucu suçların azalmasına ve bunun da insanların tanımadığı insanlarla arasında bir güvenin ve iletişimin oluşmasına neden olur. Yani bireyler arasında gelişen etkileşim beraberinde toplumun sosyal sermaye düzeyinde artışa neden olacaktır (Jacobs, 1961).

Sosyal sermaye kavramını neo-iktisat teorileri bağlamında, Loury (1977) yeniden gündeme getirmiştir. Bu çalışmada bireyler arası etnik farklılıklar ve onların ailelerinin sahip olduğu sosyo-ekonomik durumu bireylerin başarısı üzerinde etkileri olduğu ileri sürer. Sosyo-ekonomik açıdan daha zengin veya beyaz ırka

mensup olmak onları daha iyi bir toplum içinde yaşamasına ve daha büyük bir iletişim ağına sahip olmasına imkân tanır. Ve buna sahip olan bireylerin toplumda avantajlı konuma yükseltir. Ayrıca bu sınıfa dâhil olmak bireyleri hem daha kolay vasıflı bir insan olmasına sağlarken hem de ona yeni iş ve kariyer fırsatları imkân sunar. Kısaca Loury beşeri sermayenin oluşturulmasında bireyin sahip olduğu toplumsal konuma odaklanır. Ve bu konunun sonuçlarını ise bireyin sosyal sermayesi olarak kabul eder (Loury, 1977).

Diğer taraftan örgütsel bağlamdan Elton G. Mayo'nun 1920'lerde "Hawthorne Araştırmaları" ile örgütlerdeki insan ilişkilerinin ekonomik çıktılarını önemli bir unsur olduğunu ispatının bir başlangıcı kabul edilse bile buna karşılık gelen sosyal sermaye kavramı örgüt literatüründe 1990'lardan sonra daha çok değerli hale gelmiştir (Mele, 2003: 8).

Son zamanlarda sosyal bilimler alanında oldukça fazla ilgi gören sosyal sermaye kavramı hem sosyologlar, hem siyaset bilimciler hem de iktisatçılar temel çalışma alanına dönüşmüştür. Gerek yerel yazında gerekse uluslararası yazın da popüler hale gelen sosyal sermaye kavramı Bourdieu, Coleman ve özellikle de Putnam'ın "Making Democracy Work" adlı çalışması ile günümüzdeki değerine kavuşmuştur. Sosyal sermaye yazınında herkes tarafından fikirleri tartışılan üç önemli isim dışında Francis Fukuyama ve Nan Lin gibi daha birçok araştırmacıda sosyal sermaye yazınına övgüye değer katkılar sunmuşlardır.

Modern anlamda sosyal sermayenin kurucularından olan Pierre Bourdieu, sosyal sermayenin daha iyi anlaşılabilmesi için ilk kuramsal sosyolojik analizini yapmıştır (Şan ve Şimşek, 2011: 93). Bourdieu sosyal sermayeyi "az ya da daha çok kurumsallaşmış karşılıklı tanıma ve tanınmaya dayalı ilişkilere sahip, gerçek veya potansiyel kaynakların toplamı" olarak tanımlamıştır. (Bourdieu, 1986: 251). Bourdieu öğrenciler ailelerinin kültür ve mesleklerine göre onların aldıkları eğitim düzeyinde değiştiğini vurgularken (Bourdieu ve Passeron, 2014) Marksist sosyolojiden ciddi şekilde etkilendiğinin bir göstergesini bize sunmaktadır. Bir eğitim sosyoloğu olan Coleman ise bunun tam tersinin doğru olduğunu bireylerin eğitim sayesinde sınıfsal eşitsizlikleri yok edeceklerini savunur (Aydemir, 2011: 46).

Bu açıdan Bourdieu'nun sosyal sermaye sadece elitlere fayda sağlayan bir sermaye olduğu görüşünü eleştirir. Aslında sosyal sermayeyi kolektif bir mal olarak kabul ederken bireylerin kendilerinden ziyade toplum için hareket edeceklerinin bunun hem toplum için hem de bireylere fayda sağlayacağını ileri sürer (Field, 2008: 33). Ayrıca Coleman bireylerin daha çok sıkı ilişkilerin kurulduğu ağların sosyal sermayelerinin de yüksek olduğu kabul etmektedir.

Çalışmaları ile sosyal sermayesini popüler bir konuma taşıyan Putnam bu kavramı toplumsal boyutta ve zayıf ilişkilerin önemine vurgu yaparak ele alması diğer sosyal sermaye araştırmacılarından farklılaştırmaktadır. Bourdieu sosyal sermayeyi bireyin toplumdaki konumu üzerinde, Coleman toplum var olan gruplar içerisindeki bireylerin grup içi güçlü ilişkileri üzerinde ve Putnam ise daha geniş bir perspektiften bireyin zayıf ilişkilerinin gelişmesine yardımcı olan sivil toplum üzerinden toplumsal bir açıdan yaklaşmıştır (Putnam, 1993; Bourdieu, 1986; Coleman, 1988).

Fukuyama modern toplumlarda ortaya çıkan çözümlere dayanarak sosyal sermayeyi kavramını “iki ya da daha fazla birey arasında işbirliğini destekleyen somutlaşmış gayri resmi normlar” olarak tanımlar (Fukuyama, 2010). Normlar birey ile toplumlar arasında ilişkileri kolaylaştıran bir unsur olarak algılansa da içerisinde bireyler için ahlaki değerleri de barındırır. Yani normların bireylere yüklediği ahlaki kontroller sayesinde toplum içerisinde güvenin oluşmasına yardımcı olur. Güven ve normlar üzerinden gelişen sosyal sermaye ise toplum içerisinde sosyal ve ekonomik refahı yüksektir. Ayrıca Fukuyama sosyal sermayenin “negatif dışsallık” olarak adlandırdığı olumsuz yönünü değer sermayelere nazaran daha fazla olduğunu savunur (Fukuyama, 2001: 7).

Sosyal Sermayenin diğer önemli bir düşünürü olan Nan Lin (1999), internet ve bilişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile bu kavrama çok farklı bir boyut kazandırmıştır. Sanal ağlara önem atfeden Lin, Putnam'ın ortaya koyduğu sosyal sermayenin azalmakta olduğu tezini çevrim içi ağlara dayandırarak reddetmektedir. Ayrıca Coleman'ın “kapalı ağlar” anlayışı mı yoksa Granovetter'in “zayıf ağlar” anlayışının daha çok fayda sağladığı tartışmasına, bireylerin içinde buldukları

durum ve şartlara göre (Abay Alyüz, 2018: 21) ya da bireyin kullanım amacına göre değiştiğini ileri sürerek bu tartışmanın bir orta noktasını bulmuştur. Lin sosyal sermayeyi ölçümlemek için ise bireylerin durum ve şartlarına göre sosyal ağlar ve sosyal ilişkiler üzerinden yapılabileceğini ileri sürer (Lin, 2010).

Sosyal sermayenin öncülerinin tanımları özetlenecek olursa; Bourdieu, sosyal sermayeye Marksist bir pencereden bakarak kaynaklara ulaşmada yapısal eşitsizlikler ve iktidar kavramlarıyla tanımlamaya çalışırken; Coleman, kavramı kendi çıkarlarını önemseyen rasyonel bireylere dayandırır. Putnam, ise kavramı toplumsal bütünleşme ve refahın göstergesi kabul edilen sivil topluma katılımından yola çıkarak açıklar (Field, 2008: 18). Diğer taraftan Fukuyama ise modern toplumlarda sosyal sermayeyi ekonomik ve politik işlevlerin “güvenin yarıçapına” vurgu yaparak tanımlamaya çalışırken, Lin ise sosyal sermayeyi sosyal ağlarda gömülü kaynaklara dayandırarak açıklar (Fukuyama, 2001; Lin, 1999).

Sosyal sermaye toplumsal, politik ve ekonomik açıdan sadece bireylerin değil aynı zamanda gönüllü organizasyonların, STK’ların, kamu kurum ve kuruluşlarının ve uluslararası organizasyonların da büyük ilgisini çekmiştir. Bundan dolayı da birçok kurum ve kuruluşlarda sosyal sermaye yazınına düzenli olarak katkılar sunmaktadır. Bunlara örnek olarak dünyada UNDP, OECD, AB, IMF, Dünya Bankası, UNDF, ECLAC, FAO gibi kurumlar gelirken, Türkiye’de Sanayi Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) gibi birçok kurum sosyal sermaye üzerine çalışma yapmıştır.

Tablo 1.1. Uluslararası organizasyonlar ve sosyal sermaye.

Dünya Bankası (1998)	Bir toplum içinde bireylerin sosyal etkileşimlerinin nitelik ve nicelik açısından kanıtlamaya çalışan normlar, ilişkiler ve kurumlar olarak tanımlar.
FAO: Kurumsal Kalkınma Programı (1998)	Sosyal dayanışma, yönetici normların ortak belirlenmesi, kültürel ifadenin ve sosyal davranışın birleştirilmesini ifade eder.
OECD (2002)	Toplumdaki sosyal gruplar arasında bulunan ağlar ve normlar, işbirliğini kolaylaştıran değer ve düşünceler olarak tanımlar
ECLAC: (Sosyal Kalkınma Bölümü)	Belirli bir sosyal grubu desteklenmesinde, bazı aktörler ulaştıkları sosyal ağlar vasıtasıyla elde ettikleri cemiyetsel kaynakları harekete geçirme yeteneği olarak tanımlar

Kaynak: (Özcan, 2018: 24).

KOSGEB, sosyal sermayeyi tanımlarken üç unsur üzerinde durmuştur (Akman, 2018).

- Ekonomi, politik ve sosyalden meydana gelen sosyal sermaye, ekonomi ile karşılıklı etkileşim halindedir.
- Sosyal sermaye, toplumsal kalkınmaya hem pozitif hem de negatif açılarda etkileri olduğu ifade eder.
- Ekonomik kurumlarla, ekonomik çıkarı olmayan grupların ekonomi kalkınmaya etkilerini belirtir.

Örgütler açısından sermaye anlayışı üretime sokulan, değerli olan, katma değer ortaya koyabilen ve kıymeti objektif şekilde ölçülebilen maddi varlıklar olarak ele alınmasıyla birlikte, elde edilmesi oldukça zor olan, kullanıldığı zaman fark yaratan, pazarda rekabet avantajı sağlayan objektif bir biçimde ölçülmesi imkânsız olduğu, maddi olmayan tarafı da vardır. İşte sosyal sermaye bu maddi olmayan tarafta yer alır (Öğüt ve Erbil, 2009: 9). Fakat sosyal sermayeyi tamamen sosyal olarak kabul etmekte büyük hatalara sebebiyet verir. Başlangıçta maddi varlık olarak kendini göstermese de gelecekte maddi varlıklara dolaylı yoldan dönüşebilir. Bu bağlamda sosyal sermaye hem maddi sermaye hem de maddi olmayan sermaye olarak kabul etmek yanlış olmayacaktır.

1.2. Sosyal Sermaye Araştırmasında Yaklaşımlar

1.2.1. Sınıfsal Ayrım

Sosyal sermayenin analizcisi olarak kabul edilen Bourdieu, sosyal dünyayı ve onun gerçekliğini anlamak için yaptığı çalışmalarda, teorilerinin merkezine “alan, habitus ve sermaye” kavramını koymaktadır. Yani Bourdieu özelinde sermaye kavramını diğer iki kavramından ayrı inceleyemeyiz (Aydemir, 2011: 41). Toplumu anlamak için sermayeyi, sermayeyi anlam için ise onun sosyal tarafını oluşturan “alan ve habitus” anlamalıyız (Palabıyık, 2011). Bu bağlamda onun sınıfsal ayrım ile sosyal sermayenin ilişkisini anlamak için öncelikli olarak bu kavramları anlamaya çalışmalıyız.

Sermayenin olduğu her toplumda sosyo-ekonomik farklılıklara dayalı sınıfsal yapılar oluşur. Her sınıfsal yapının kendine has bir habitus alanı vardır. Bu habitusun değeri ise onun içinde yaşayanların ona atfettiği değerle toplum içinde temsil edilir. Bourdieu'nün habitus kavramı, insanların belirli kültürler veya alt kültür içerisinde yaşamaları sonucunda zihinlerinde sahip oldukları temel bilgi stokunu anlatır. Yani bir birey sergilemiş olduğu davranışlarında bulunduğu çevrenin özelliklerini taşır (Palabıyık, 2011: 128). Habitus birey ve gruplara bir taraftan kimlik kazandırarak birbirlerine yakınlaşmalarını sağlarken diğer taraftan kimlikler vasıtasıyla kendilerini ayırır. Bu ayrımına neden olan başat etkenler ise bireylerin sahip oldukları beğeni ve zevk farklılıklarından kaynaklanır (Ergun Karabulut, 2019: 16).

Bourdieu alan kavramını “*Ayrım*” kitabında her alanın kendine özgü bir sermaye şekline sahip olduğunu söyler (Ergun Karabulut, 2019: 17). “Toplum bu anlamda bir çoğulluğa sahiptir, eyleyicilerin sermayelerine uygun hareket ettikleri ve roller üstlendikleri sosyal alan, bir anlamda sınırların ve kuralların eşlik ettiği bir sosyal gerçekliğin inşasıdır” (Aydemir, 2011: 41). Ayrıca birbirlerinden farklı zevklere sahip olan veya olmayan farklılıkları temsil eden alanların hem kendi taraflarını hem de toplum içinde buldukları alanın bir temsilcileridir. Bu açıdan alan ile habitus içi içe geçmiş bir yapıya sahiptir (Özsöz, 2007: 18-19).

Bourdieu sermaye kavramının temelinde Marksist bir perspektif olsa da kültürel ve sosyal sermaye kavramlarına da değer verir. Birbirlerinden farklı olan bu sermayeler bir araya geldiklerinde tek başlarına olduklarından daha değerlidir. Bourdieu toplumsal hayatı belirleyen bu üç sermayeyi şu şekilde tanımlamıştır (Bourdieu, 1986:16):

- Ekonomik sermaye, dolaysız bir biçimde hemen paraya çevrilebilen ve sahiplik hakları şeklindeki ortaya çıkan sermaye şeklidir.
- Kültürel sermaye, beden ve akılda uzun süreli alışkanlıklar sonucu ortaya çıkan kültürel değerlerin, eğitsel vasıflar şeklinde nesnelleştirilen ve belli şartlarda ekonomik sermayeye çevrilebilen sermaye şeklidir.
- Sosyal sermaye, toplumsal ilişkilerinde karşılıklılık temelinde oluşan, belirli koşullarda ekonomik sermayeye dönüştürülebilen ve ilişkilerde bir saygınlık unvanıyla biçimselleşen sermaye biçimidir.

Bu sermayeler (ekonomik, kültürel ve sosyal) herhangi bir alandaki çeşitli aktörlerin konumlarını ve fırsatları tanımlayan temel faktörlerdir (Siisainen, 2000:11). Bu bağlamda bireyin sahip olduğu ekonomik kaynaklar (para) onun toplum içindeki konumunu gösteren temel kaynaktır. Birey bu gücünün büyüklüğü sayesinde toplumda birtakım avantajlar veya yokluğunda dezavantajlık elde eder. Kültürel sermayesi ise bireyin yaşadığı çevreden edinmiş oldukları alışkanlıkları ve pratikleri doğrultusunda şekillenerek, eğitim ile gelişerek bireye prestij ve statü kazandırır. Sosyal sermaye ise bireyin sahip oldukları ilişkiler yoluyla kaynaklara bağlantılar sağlar. Bourdieu bu üç kavram ile sosyal alan içindeki hiyerarşi sorununa odaklanır. Bu bağlamda kültürel sermaye ve sosyal sermaye, ekonomik sermaye kökünden yükselir. Üç sermaye birleştiğinde eşitsizlik oluşturmakta ve yeniden üretmektedir (Özcan, 2018: 14).

Bourdieu çatışmalar ve güç fonksiyonu özelinde sosyal sermayeyi ele alarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda sosyal sermaye farklı sosyal alanlarda sınıfsal mücadele gösteren aktörler için bir kaynak teşkil etmektedir (Özcan, 2018). Ayrıca Marksizmin sermaye anlayışındaki eşitsizlik ve iktidarın sürdürülmesi sorununu sosyal sermaye bağlamında Bourdieu tarafından yeniden ele alınmış (Devamoğlu,

2008: 8) ve ilk defa sosyal sermayeyi “Gerekli olduğunda faydalı destekler sağlayan toplumsal ilişkilerin sermayesi” olarak tanımlamıştır (Field, 2008: 20). Bourdieu bir başka tanımında ise “*az ya da çok kurumsallaşmış karşılıklı tanışıklık ve tanıma ilişkilerinden oluşan uzun ömürlü bir ağa sahip olmayla bağlantılı, kendi üyelerine kolektivitinin sahip olduğu sermayenin desteğini, kelimenin farklı anlamlarıyla kredi hakkı tanıyan bir “referans” sağlayan fiili ya da potansiyel kaynaklar kümesi*” şeklinde tanımlamıştır (Bourdieu, 1986: 251).

Bourdieu bu tanımında ise iki şey üzerinde durmaktadır Birincisi sosyal ilişkiler, bireyler sahip olduğu ilişkiler sayesinde kaynaklara ulaşma imkânı verir ve ikinci bu ilişkinin miktar ve kalitesi bireyin kaynaklara ulaşımını etkiler (Portes, 1998: 3). Bu bağlamda sosyal ilişkilerin kapsamı oldukça geniş tutularak, toplum nezdinde karşılık bulan saygınlığın ve onurluluğun da yer verildiği görülür. İnsanlar yaşamları boyunca, bir saygınlığı inşa ederler ya da aile ve soy aracılığıyla tevarüs eden itibarı sürdürme ve artırma çabasında olurlar. Zira bu itibar, bireylerin toplumsal alandaki tüm ilişkilerinde işlevsel bir yer tutar (Aydemir, 2011: 45). Yani farklı toplumsal sınıflara ait bireyler, farklı ilişki ağları, gruplar vs. içinde yer alırken, her bir grup kendi üyelerine bağlantıları aracılığıyla fayda sağlar. Bu noktada iyi eğitim almış bir ailenin çocuğu olmak, üst gelir grubuna ait olmak gibi özellikler bu çevrede kurulan ilişkiler sayesinde süreklilik kazanarak yeniden üretilir (Devamoğlu, 2008: 9).

Aktörlerin sahip oldukları sosyal sermayeleri, onların diğer sermayeleri türleri üzerinde çarpan etkisi yaratır. Aynı miktarda ekonomik ve kültürel sermayeye sahip olmalarına rağmen farklı miktarlarda karlar elde etmeleri ve farklı aktörleri etkileme farklı güçlere sahip olmalarının nedeni bu çarpan etkisinden kaynaklanmaktadır. Yani hayır kurumları, ticari birlikler ve siyasi partiler gibi modern dünyadaki sosyal sermayenin cisimleşmiş şekline örnek gösterilebilecek gruplara üye olmak, bu gruplar içerisinde gelişen sosyal ağlara dahil olmak ve üye olunan gruplar sayesinde oluşan sosyal ilişkiler, bireyin herhangi bir alandaki sosyal pozisyonunun iyileştirilmesi için faydalı olabilmektedir (Siisiainen, 2000: 12).

Bourdieu'ya yapılan eleştirilerin başında onun sosyal sermayeye hep olumlu taraftan baktığını ve karanlık tarafına hiç değinmediğini söyleseler de Bourdieu'nun sosyal sermaye görüşü sınıfsal eşitsizlikler temelinde yükselen negatif bir yönünü unuturlar. Aslında Bourdieu bunun bireylerin ya da toplumların doğası gibi görür. Yani insanın dünyaya geldiği sınıf onun kaderi olarak görür ve bu sayede sahip olduğu konumunun ayrıcalıklarını korumasını zaruri bir şey olarak kabul eder. Aslında bu bakış açısı temelde kendi çıkarlarını başkalarının aleyhine de olsa kabul etmesi görüşünü de içinde barındıran negatif tarafını olduğu gözler önüne serer. Bourdieu bunu doğrudan dile getirmese bile dolaylı yoldan yaptığı bu ayrıcalık da temelde aynı anlama geliyor. Kısacası Bourdieu sosyal sermayeyi imtiyazlıların bir serveti olduğu ve onların üstünlüklerini sürdürmek için kullandıkları bir araç olduğunu ve bundan da daha az imtiyazlıların yaralanmasına hiçbir ihtimal bırakmamaktadır (Field, 2008: 27).

1.2.2. Sosyal Ağ İlişkileri

Sosyal sermaye üzerine yapılan diğer bir yaklaşım ise ağ ilişkilerini dikkate alan çalışmalardır. Ağ ilişkilerinin önemli olduğu konusunun da bütün araştırmacılar hem fikirdir. Fakat hangi ağ ilişkilerinin sosyal sermayeye kaynaklara ulaşmada daha çok fayda sağlayacağı konusunda birçok tartışma yapılmıştır. Temel de bu çalışmaları bir taraftan zayıf bağları destekleyen Granovetter ve Burt diğer taraftan ise güçlü bağları destekleyen Coleman olmak üzere iki kısımda inceleyebiliriz. Bu iki yaklaşımda ortada buluşmasını sağlayan Nan Lin ise sosyal kaynak kuramı ile bireyin ağı kullanım amacına göre ondan istediği faydayı elde edeceğine savunur (Coleman, 1988; Burt, 1992; Granovetter, 1973; Lin, 1999).

1.2.2.1. Granovetter Zayıf Bağlar

Sosyal ağ çalışmalarında ilk defa zayıf bağlar yaklaşımı Granovetter (1973) tarafından ele alınmıştır. Bu çalışmada zayıf ve güçlü bağları birbirinden ayırmıştır. Bu yaparken de bağın gücünü “ne kadar zamandır tanıdığına, duygusal yoğunluğun, samimiyet (karşılıklı güven) ve karşılıklılık” gibi bir takım unsurlardan yararlanmıştır (Granovetter, 1973: 1361). Biraz daha detaylandırıldığında görülür ki

birbirinden çok farklı yapıya sahip aktörlerden oluşan bağın içinde aktörler arası etkileşimin çok düşük veya hiç olmadığı bağıntıya zayıf bağ, birbirlerine benzer yapıya sahip aktörlerden oluşan bağların içinde aktörler arası yoğun ve sıkı ilişkilerin olduğu bağıntıya ise güçlü bağlar olarak adlandırmaktadır (Granovetter, 1973). Granovetter tanıdıkları sosyal etkileşimde bulunma ihtimali yakın arkadaşlarla etkileşim kurma ihtimalinde daha düşük olduğunun farkında da olsa zayıf bağların bireylere daha çok avantaj getireceğini kabul etmektedir (Granovetter, 1983: 201-202).

Bir aktörün farklı iki birey ile aralarında güçlü ilişkileri olması sayesinde bu iki aktörler birbirini tanımasalar bile karşılaştıklarında iletişim kurması ve arkadaş olma ihtimalleri muhtemeldir (Granovetter, 1973: 1362). Yani A ile B arasında ve A ile C arasında güçlü bağ olması B ile C arasında doğrudan bir iletişim olmasa dahi A ile kurdukları güçlü ilişkileri sayesinde aralarında bir bağ olması olanaklıdır. Ayrıca ikisinin de güçlü bağların olmasından dolayı ikisi de birbirine benzemektedir. Yani birbirini tanımayan iki kişi arasında zayıf bir ağın olması muhtemeldir. Yakın çevresinden oluşan ağların gücünü kabul etmekle birlikte bu ağlar bireyler belli bir süre sonra hep aynı bilgileri sunarak farklı bilgilere ulaşma ihtimalini yok eder. Uzak çevresindeki kişilerle kurduğu zayıf bağlarda ise bilgiye ulaşma potansiyeli ve iş bulma açısından daha fazla faydalıdır (Granovetter, 1983). Ayrıca her zayıf bağdan aynı nitelikte fayda sağlanması beklenmez. Yani birey köprü görerek fayda sağlayacak insanlara ulaşması ve yaratıcı fikirler sağladığı müddetçe değerlidir. Yani, optimum sayıda bağ geliştirmenin, yaratıcılığı daha yüksek seviyelere çıkmasına neden olan unsurdur (Baer, 2010: 593). Kısacası her köprü zayıf bağ iken, her zayıf bağ köprü olamamaktadır (Ağcasulu, 2019: 1954)

1.2.2.2. Burt Yapısal Boşluklar

Burt yapısal boşluklar kuramı ile Granovetter'in öne sürdüğü zayıf bağlar kuramını daha güçlü bir teorik temellere dayandırarak geliştirmiştir. Burt yapısal boşluklar kavramını gruplar arası bilgi akışını sağlayan yapısal delikleri olarak tanımlar. Bu kavram bireyin ağdaki konumunu temel alarak yapısal boşlukta bulunan bireyin elde ettiği avantajlara odaklanır (Burt, 1992). Bu sayede bireyin ağdaki

konumuna göre de sosyal sermayeyi tanımlamaya çalışır. Burt yapısal boşluklar kuramı ile bilgilere ulaşmada kapalı bağların daha az özerklik sağlamasından dolayı zayıf bağların daha değerli olduğu öne sürer. Yani zayıf bağlara sahip aktörler farklı bilgilere daha kolay ulaşır. Bu bağlamda bilgi akışını yapısal boşluğu dolduran aracı aktörler tarafından sağlanır. Burt birbirinden bağımsız iki aktör arasında bağlantıyı kuran bu aktörü Simmel ortaya attığı “yararlı üçüncü el” (tertius gaudens)¹ kavramında yola çıkarak adlandırır. (Burt, 1992: 30-32). Sosyal yapıda yapısal boşluklarda bulunan aktörlere pozisyonlarında dolayı bilgiye ulaşma ve bilgiyi kontrol etmek avantajı sağlar (Burt, 1992; 1997: 340) ve ayrıca diğer aktörlerden önce ulaşma fırsatı sağladığı için zaman tasarrufunda bulunur.

Yapısal boşlukların büyüklüğü ağın büyüklüğü ile doğru orantılıdır. Fakat ağdan elde edilecek verimlilik ağda bulunan gereksiz kontak sayısı ve yapısal çeşitliliğe göre değişir (Burt, 1992: 20-21). Aynı ağ boyutuna sahip aktörler arasında yapısal çeşitlilik ve gereksiz kontak sayısı daha fazla olan bu ağlardan daha fazla fayda sağlar. Diğer taraftan sınıfsal eşitsizliklerden dolayı dezavantajlı durumda olan aktörlerin aracı konumunda olan bir aktörle kurduğu bağlar sayesinde bu durumu tersine çevirebilir. Yani yapısal boşluklarda bulunan aktör ağları sayesinde rekabet üstünlüğü kazanır. Bu bakımdan zayıf ağlar teorisinin görüşlerini destekler. Bireyin normal hayatta her iki ağ ile de karşılaşma ihtimali vardır. Her iki ağın da kendine özel faydalar sağlamaktadır. Aralarındaki fark ise biri bireye daha özgür bir alan bırakarak yenilikçiliği ve yaratıcılığını teşvik ederken diğeri de bireye daha güvenli ortam sunarak onun karmaşık bilgileri aktarmasına yardımcı olur. Ayrıca yapısal delikler açısından zengin olan ağlar aktörlere girişimci fırsatları da sunmaktadır (Burt, 1997: 342).

¹ Tertius Gaudens kavramı etimolojik olarak tam açıklanamamasının yanında anonim bir atasözüdür. Bu kavram geçmişten günümüze kadar gelen birçok toplumda izine rastlanmıştır. Yakın zamanda ise Georg Simmel (1950) ile birlikte tekrar önemli hale gelmiştir. Simmel bu kavramı tam anlamıyla iki kişi arasındaki çatışmadan faydalanan üçüncü taraf üzerinden açıklamaya çalışmıştır. İki tarafın birbiriyle olan rekabeti veya düşmanlığı üçüncü kişinin avantaj sağlamasına imkân tanımaktadır. Ayrıca üçüncü kişi kendini avantajlı konuma getirmek için bireyler birbirine de düşman edebilir. Genel olarak iki taraflı ilişkilere bir üçüncü taraf eklenmesi ili birlikten bireysellikten toplumsala geçişin ilk aşama tamamlanmış olacaktır. Daha detaylı bilgi için Simmel’in 1950’de kaleme aldığı “*The Sociology Of Georg Simmel*” kitabına bakabilirsiniz.

Burt'un ileri sürdüğü yapısal boşlukların bazı olumsuz yönleri de mevcuttur. Yapısal deliklerde bulunan aktörlerin bilgiye hükmetmesi sayesinde kendi çıkarı için kullanılabilir. Bundan dolayı sosyal sermayenin kamusal yararını göz ardı edebilir (Häuberer, 2010: 93). Yine yapısal boşluklar toplumsal değer ve normlar oluşturmadığından dolayı toplumda güven oluşmaz. Bu durum belki bireyselleşmiş toplumlar için önemli olmasa da Çin gibi birçok Asya ülkesi için vazgeçilmez bir unsurdur. Bu bağlamda ABD ve batı toplumlarında yani daha çok birey odaklı toplumlarda kusursuz işleyebilir. Fakat Çin gibi ülkelerde güven olmadan ilişkilerin sürdürülmesi imkânsızdır. Batılı bir iş adamının Çin'de bir işi yapması için ya oradan kendine bir kefil ya da uzun bir süre Çin'de kusursuz iş yapıp güvenilirliğini ispat etmesi lazımdır. Kısacası insan, batıda güvenilirdir hata yapıncaya kadar, doğuda ise hep güvenilmezdir kendini kanıtlayıncaya kadar (Batt, 2008: 490).

1.2.2.3. Coleman Ağ Kapalılığı

Coleman'ın kapalı ağlar kuramı zayıf bağların aksine tek bir aktörün konumuna göre değil de sosyal yapı içinde bulunan bütün aktörlerin birlikte konumlarına odaklanır. Herhangi bir toplumdaki aktörlerin yoğun ve sıkı ilişkilerinden hareketle Coleman kapalı ağlar teorisini öne sürmüştür. Kapalı ağlarda aktörler bir takım değerler üzerinde anlaşarak bu değerleri normlara dönüştürürler. Bu bağlamda kapalı bir toplumda “*bireylerin eylemleri, sosyal bağlamlar tarafından şekillenir, yönlendirilir ve sınıflandırılır*” (Coleman, 1988: 96). Bu da toplum içinde çatışmaları azaltarak toplumsal düzenin oluşmasına sağlar. Sosyal yapıdaki bireylerin kişisel çıkarlarını aşarak toplumsal çıkarlara yönelik hareket ederler (Coleman, 1988: 104-105). Bu da bireye toplumda saygınlık ve onurluluk kazandırır (Coleman, 2010: 93). Normlar sayesinde bireyler arası güven artarak aktörlerin etkileşime girmeleri, aktörlerin kendi ağları içerisinde bilgiler nispeten kolay yayılmasına neden olur (Coleman, 1988: 104). Diğer taraftan bir takım olumsuzlukları da vardır. Kapalı ağlarda oluşan normlar bazı eylemleri kolaylaştırırken bazılarını sınırlandırır.

Coleman yaptığı çalışmalar ile Bourdieu'nun eğitim üzerine öne sürmüş olduğu teorisini çürütür. Bu çalışmasında Coleman benzer sosyo-ekonomik yapıya sahip olan ailelerin ebeveynleri, çocukları ve öğretmenleri arasında kurulan güçlü

ilişkiler ebeveynlerin çocukların dersleri ile daha çok ilgilenmesine bunun da öğrencinin okul başarısını artırmasına ve okul devamsızlıklarının azalmasına neden olmuştur (Coleman, 1988). Kısacası bu çalışması ile kapalı toplumlarda kurulan yoğun ilişkilerin bireye fayda sağladığını ispat etmektedir.

Kapalı ağlar, bireylere arası güveni ve etkileşimleri artırdığı gibi gruplar ve örgütler düzeyinde de faydalar sağlar. Kapalı ağ yapısına sahip örgütler içinde çalışanların, birbirleri ile kurdukları yoğun ağ sayesinde çalışanların birbirleriyle etkileşimleri sözler üzerinden daha çok semboller üzerinde gerçekleşir. Bu sayede çalışanlar arası örtük bilgiler çok hızlı şekilde aktarılır (Hansen, 1999: 107). Bu firmaya pazarda rekabet avantajı sunar. Ayrıca kapalı ağlarda bireyler arası dayanışmaları sayesinde karmaşık belirsiz dönemleri kolayca geçirmelerine yardımcı olur. Yani kriz dönemlerinde bireylerin elde ettikleri enformasyon sayesinde bu dönemi en az zararla atlattıklarıdır (Sayğan, Cenk ve Recep, 2010: 151). Ayrıca kapalı ağlarda güçlü normların beraberinde getirdiği negatif dışsallık etkisi toplumlara biz ve ötekiler olarak bölmesine neden olur. Kendi görüşlerini tamamen kabul edip diğerlerinin görüşlerini hepten yok sayması aktörlerin diğer aktörlerle ilişkilerinin önüne geçer. Bu durum farklı bilgilere ulaşmayı engelleyecek olumsuz sonuçlar doğurur.

1.2.2.4. Nan Lin Ağ-Kaynak Teorisi

Sosyal sermaye ve ağların ilişkileri üzerine ortaya atılmış son kuram ise Lin'in öne sürmüştüğü Ağ-Kaynak teorisidir. Lin bu teorisi ile sosyal ağlar üzerinden sosyal sermayeyi tanımlamak için yapılmış ve birbirlerinin tam zıttı görüşler ortaya koyan teorileri derleyen ve kapsayan bir tanımlama yapmıştır. Lin *“hangi getirilerin hangi koşullar altında daha yoğun veya daha zayıf bir ağın kazanç sağlayacağını kavramsallaştırarak ve ampirik incelemeler sayesinde ortaya çıkartılabileceğini”* öne sürmüştür (Lin, 2010: 184). Bir aktörün kendi ailesi, yakın akrabaları ve samimi arkadaşlarından oluşan benzer ve yoğun ilişkiler kurduğu çevresinden elde ettiği duygusal destek ve yardımlaşma ile daha mesafeli bağlantıları olan tanıdıkları, iş arkadaşları veya üye olduğu kulüpte tanıştığı arkadaşlarından elde ettiği farklı bilgiler sayesinde kendine fayda sağlamaktadır. Kısacası Lin bu durumu

“kapalılığın veya yoğunluğun sosyal sermaye için bir gereklilik olduğunu iddia etmek, köprülerin, yapısal deliklerin veya zayıf bağların önemini inkar etmek” olduğu şeklinde açıklamaktadır (Lin, 1999: 34).

Lin bir aktörün sahip olduğu bağlantılı ya da köprülü sosyal ilişkileri yeterince sosyal sermaye sağlayıp sağlayamadığı iki faktör üzerinden değerlendirmiştir. Bunlar; *eylemin amacı* ve *ağın zenginliği*'dir (Lin, 2008: 60-61). Bu bağlamda sosyal sermaye araçsal ve amaçsal olarak iki farklı amaca hizmet eder. Araçsal eylemler daha farklı veya daha fazla yeni kaynaklara ulaşmak, amaçsal eylemler ise mevcutta var olan kaynakları korumak ve kollamak içindir (Lin, 2008: 60-61). Bu bağlamda ilişkinin yoğunluğu veya zayıflığından ziyade bireyin hedeflerini önceliklidir. Sosyal ağlarda bulunan kaynakların amaçlara ilişkin hedefleri daha iyi sonuç vermesi açısından üç farklı işlevi olduğunu söyler. Birincisi bilgi akışını kolaylaştırır. Stratejik veya hiyerarşik pozisyonda olan aktörlerin sosyal bağları aracılığıyla en faydalı fırsatlar veya seçenekler hakkında bilgi sağlayabilir. Bu tarz enformasyon ağları bir taraftan örgüte daha nitelikli çalışanları iş alma fırsatı sunarken diğer taraftan böyle ağa sahip olan çalışanlar ise daha iyi iş fırsatları yakalarlar. İkincisi stratejik konumda olan aktörler şirkette alınan önemli kararları etkilerler. Sahip olduğu ağın gücünü kullanarak işe alım veya terfi gibi konularda diğer yetkililer üzerinde tesiri olabilirler. Son faydası ise aktörün sosyal yapı içinde ağları sayesinde kurdukları ilişkiler sonucu elde ettiği konumun saygınlığı, onu örgüt veya örgüt sorumluları nezdinde güvenli olduğunun bir göstergesidir. Oluşan bu güven sayesinde aktörler kurmuş oldukları ilişkileri ile kaynaklara erişebilirler (Lin, 2010: 177).

1.2.3. Kalkınma ve Kolektif Sosyal Sermaye

Kalkınma üzerine yaptığı çalışmaları ile tanınan Woolcock sosyal sermayeyi “insanların ortak hareket etmesini mümkün kılan normlar ve ağlar” olarak tanımlar (Woolcock ve Narayan, 2000: 226). Bu tanımdan anlaşılacağı üzere kapalı ağ özelliğine daha çok değer verdiğini söylenebilir. Zor durumda kalan birey için aile ve arkadaşlarından oluşan yakın çevresinin maddi manevi büyük fayda sağlayacağı ileri sürer. Normlar ve ağlar bireylerin günlük hayatı etkileyerek bireylerin yaşantısını

düzenlemektedir. Günlük hayatta tekrarlayan bu süreçler aynı zamanda güven ve karşılıklılık olgularını ortaya çıkararak gelişmesine neden olur. Güven ve karşılıklılığa bağlı olarak toplumun normlara karşı tutumu da o toplumun sosyal yapısının nasıl şekilleneceğinin bir göstergesidir. Yani insanların birbirlerine karşı benimsedikleri güven ve karşılıklılık ile birlikte beraber hareket etmelerine fayda sağlayacaktır (Tabak, 2020: 6).

Woolcock ve Narayan (2000), sosyal sermayenin ekonomik kalkınma üzerindeki etkilerini incelemeye çalışmıştır. Bu etkileri toplumsal görüş, ağ yaklaşımı, kurumsal yaklaşım ve sinerji yaklaşımı olmak üzere dört yaklaşım üzerinden incelemiştir. Toplumsal görüş bağlamında sosyal sermayeyi “ birlikler, cemiyetler ve kentsel gruplar adında yerel düzeydeki organizasyonlar” şeklinde değerlendirir (Woolcock ve Narayan, 2000: 229). Bu birlikler veya gruplar bir toplumun refahının göstergesi olarak kabul edilir. Yani toplum içinde bu tarz grupların sayısı veya yoğunluğu ne kadar çok ise o kadar daha iyi olduğu ayrıca bununda toplum içindeki belirsizlik ve risk durumlarında paylaşılan normlar ve değerler bağlamında refahı artıracığının bir göstergesi kabul edilir (Gök, 2015: 655-683).

Yoksul ülkeler benzer yapıdaki insan nüfusu sayesinde baskın normlar ve güçlü ağlara sahip olmaları onları kapalı özelliği gösteren toplumlar olarak değerlendirilmesine neden olmaktadır. Bu toplumlarda ortak hareket etmelerine olanak sağlayan benzer yapıdaki cemiyetler ve gruplar toplum için faydalı olacağı kabul edilirken, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için ortaya çıkan bireyselleşmeyle birlikte sivil katılımın daha farklı yapılarıdaki insanları bir araya getireceği ileri sürerler (Putnam, 1993).

Bu açıdan Putnam'ın çalışmaları büyük önem taşır. Putnam (1993) sivil katılım kültürünün kurumların performansına olan etkilerini demokrasi ve ekonomik kalkınma ölçekleri üzerindeki incelemiştir. Sosyal sermayenin buradaki etkisi, sivil toplum yoluyla bireylerin politik ihtiyaçlarını dile getirmesi sonucunda ortak bir kamuoyu oluşturmalarına yardımcı olurken bürokratlar arasında daha etkili ve verimli bir iletişime de olanak tanımaktadır. Bu iki açıdan sosyal sermaye sivil

katılım yardımıyla etkin bir siyasal sistemin oluşmasına yardımcı olarak hükümet performansına katkı sağlamaktadır (Tavits, 2006).

Putnam (1995)'e göre sosyal sermayeyi fiziki ve beşeri sermayeden ayrı olarak karşılık kazanç için işbirliğini kolaylaştıran ağlar, normlar ve sosyal güven gibi toplumsal örgütlenme temelli açıklama girişiminde bulunurken, “sivil katılım” kavramı ile insanların sadece siyasetle değil kendi toplumuyla olan bağlantılarını ifade etmek için kullanır (Putnam, 1996: 34). Sivil toplum sosyal sermayesi kendiliğinden organize olan gruplardan meydana gelen kurumlarla ilgilidir. Bu kurumlar; çeşitli örgütler, dernekler, topluluklar, sivil toplum örgütleri vb. yapılardır. Sivil toplum sosyal sermayesi, bu yapılardaki kurallar olduğu kadar, insanların ait oldukları bu yapılarda paylaştıkları normlar, inançlar, tutumlar, vb. değerlerdir (Keskin, 2008: 16). Bireylerin gönüllü kuruluşlara üye olması ve bu kuruluşlar için zaman ve para harcamalarının temel nedeni paylaştıkları değerlere sahip çıkarak bu değerleri sürdürmek istediklerinden kaynaklanır (Dalziel, Saunders ve Saunders, 2018).

Sivil toplum ortak bir amaç doğrultusunda bireyleri örgütleyerek iş birliğine yöneltir. Üyesi olduğu örgütler, aktöre farklı insanlarla etkileşimde bulunma şansı verir. Bu sayede aktör bir taraftan topluma daha kolay entegre olurken diğer taraftan üyelerine ekonomik fayda sağlar (Karagül ve Masca: 2005). Sivil katılımın geliştiği sosyal yapılarda, doğrusal olarak toplumsal duyarlılıkta artar. Birey hem kendisini hem de içinde yaşamış olduğu toplumun geleceğini benimser ve katılımcı demokrasi anlayışını destekler. Ayrıca başarılı bir sivil toplumunda, toplumu oluşturan kişilerin sahip olduğu alışkanlıklar, adetler ve ahlaki değerler önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda niteliklerin geliştirilmesi ancak kültürel değerlerin geliştirilmesi ve bu değerlere saygı gösterilmesiyle mümkün olmaktadır (Fukuyama, 2005: 20). Benzer kültürel değerlere sahip olan bireylerin herhangi bir sivil katılım ile elde etmiş oldukları kolektif hareket bireyler arası etkileşimi, dürüstlüğü, farklılıklara saygı duymalarını ve yardımlaşmayı kolaylaştırır (Betil, 2010: 22).

Kolektif eylem ve karşılıklılık ilkesi sosyal yapı içinde bulunan bireyler için ortak bir payda da buluşma imkânı sunar. Bu da onlar arasında iletişimlerinin

gelişmesine ve güven duygularının oraya çıkmasına neden olur. Gelişmiş toplumlarda bireylerin diğer insanlardan zarar görmeyeceği düşüncesi daha çok heterojen yapıya sahip grupların oluşmasına imkân tanır. Özellikle gelişmekte olan toplumlar için bu tarz sivil toplum kuruluşlarına üyelik çok önemlidir. Bu tarz katılımlar toplum için önemli olduğu gibi örgütler içinde hayati değer taşır. Heterojen gruplar arasındaki açık bağlantılar sayesinde değerli bilginin yayılmasını kolaylaştırarak durgunluğu ve kilitlenmeyi azaltarak inovatif yeteneklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Kitapçı, 2017). Bu açıdan tam rekabet piyasalarında bilgiyi yaratan, paylaşan ve yeniliklere dönüştürebilen örgütler rekabet avantajı sağlayarak daha başarılı olurlarken sahip olmamanın ise onların yok olmalarına ya da iflas etmeleri neden olmaktadır (Gerni, 2013: 100).

Ayrıca bu her kolektif eylem aynı oranda topluma fayda sağlamaz. Bir sivil topluma üye olan birey o kuruluşun faaliyetlerinde bulunmadığı müddetçe faaliyetlere katılan diğer bireylere oranla daha az ya da eksik fayda elde eder. Yani bağlılık potansiyeldir katılım ise gerçektir (Inoguchi, 2002). Bunu dışında da terör örgütü, çete, mafya gibi kanunun ön gördüğü hükümlere aykırı hareket eden kolektif yapılara üye olmak da hem bireye hem de topluma zararı dokunabilir. Yani bireyi katılmış olduğu ideolojik görüş bağlamında diğer bütün görüşlerde olan kişilerden uzaklaştırırken benzer fikirlere sahip bir kapalı yapının içine gömülmesine yol açar. Herhangi bir ülkede bu tür kolektif yapıların çoğalmasında o toplumda eğitim, ekonomi, siyaset ve Hukuk'un bozulmasının bir göstergesidir. Bu da toplum içinde kumar, hırsızlık, gasp, cinayet, uyuşturucu ve terör olayları gibi toplumsal huzuru bozan birçok yolsuzluğa yol açar. Ayrıca toplumdaki bu düzensizlik ülke içinde kayıt dışı ekonomik faaliyetleri artması için ortam oluşturur. Bir taraftan firmalar vergi kaçırma yolu ile piyasanın dengesini bozarken diğer taraftan devletin vergi gelirleri üzerinde olumsuz etkilere neden olur. Kısacası bu tarz kolektif yapılar toplumsal refahı etkileyecek birçok negatif etkilerin oluşmasına neden olur (Gerni, 2013: 80).

1.2.4. Gömülü Sosyal Sermaye

Gömülü sosyal sermaye kuramı ilk olarak Granovetter tarafından 1985 yılında ileri sürülmüştür. Gömülülük kavramı “ekonomik açıdan analiz edilen

davranış ve kurumlar, sürdürülen sosyal ilişkiler tarafından belirlenmekte ve kısıtlanmaktadır” (Granovetter, 1985: 481). Bu bağlamda ekonomik olanla sosyal olanı birbirlerinden bağımsız düşünmek büyük hataya sebebiyet verir. Sosyal olan ile ekonomik olanın arasındaki bu ilişki modern dönemlerde daha özerk bir hal alsada çok daha öncesinde de bu ilişkinin varlığından söz edebiliriz. Gömülülük savında temelde Karl Polanyi'nin “özelcilik okulu” Thompson “ahlaki ekonomi” savı ile ilişkilidir. Polanyi piyasa ve ekonomiyi insan ve onun çevresiyle girdiği sosyal ilişki bağlamında ele alır. Thompson ise 18. yy İngiltere’de yiyecek sıkıntısı nedeni ile isyan çıkartan halkın bunu sadece ekonomik temellere dayandırarak değil aynı zamanda bu isyanın halkın gelenek ve kültürlerine uymayan, kurallara karşı çıktığından dolayı meydana geldiğini ileri sürer. Yani ortaya çıkan ekonomik krizin sosyal yönünün unutulmaması gerektiğine değinmiştir. Kısacası her ikisinde de ekonomik olan ile ekonomik olmayan arasında iç içe geçmişlik söz konusudur (İnci, 2015).

Ekonomik eylemler sosyal eylemler tarafından düzenlenmesi, aktörlerin sürekli kendi aralarındaki ilişkiler sonucu ekonomik eylemlerin ortaya çıkmasına neden olur. Bu da bireylerin birbirlerinden bağımsız hareket edemediklerinin bir göstergesidir. Gömülmüşlük savındaki bireyden kasıt modern anlamdaki atomize olmuş birey değil tam tersine ekonomik eylemlerde bulunmak için sosyal ilişkiler de bulunan bireydir. Kısacası bireylerin ekonomik eylemleri aktörlerin sosyal ilişkilerinin sonucunda meydana gelir. Klasik ve neo-klasik iktisatta aktörlerin birbirleriyle sosyal ilişkileri olabileceği gerçeği, ekonomik faaliyetleri engelleyeceği düşüncesi öne sürmüştür (Granovetter, 1985: 484). Günümüzde ise bu görüş geçerli değildir. Çünkü tam rekabet koşullarında sıkı ticari ilişkiler yerine daha çok ekonomik açıdan bireye fayda sağlayacak ilişkiler kurulur. O yüzden herhangi bir nedenden dolayı bozulan ticari ilişkiler başka birisi ile hemen kurulabilir. Yani tam rekabet piyasalarında zayıf bağlar üzerine kurulmuş bir sosyal ilişkiel gömülülük söz konusudur. Ayrıca aktörler arası kurulan sıkı ve yoğun ilişkiler sayesinde bireyler arasında değer ve normlar oluşmaya başlar. Bu değerler bireylerin birtakım yükümlülükleri kabul ettiğinin bir göstergesidir. Bireyin yeni ilişkiler kurmasında bu değerler önünde büyük engeldir. Özellikle tam rekabet koşullarında ekonomik

eylemler için bu tarz norm ve değerler istenmeyen bir durumdur. Granovetter'in de belirttiği gibi "sosyal atomizasyonun tam rekabet için bir önkoşul oluşu"dur. Bu ise gömülmüşlük savının bir kabulüdür (Granovetter, 1985: 484).

Uphoff (1999) tarafından yapısal ve bilişsel olarak ikiye ayrılan sosyal sermaye, Ghoshal ve Tsai (1998) tarafından gömülmüşlük teorisine uygulamıştır. Yapısal gömülmüşlük sosyal sistem ve bu sistem içinde oluşan ilişkiler ağı ile ilgilidir. Bu kavram insanlar veya birimler arasında bağlantıları kişisel olmayan yapılandırmalar olarak tanımlanır (Tsai ve Ghoshal, 1998: 224). Yani bireylerin kurmuş oldukları rasyonel temelli ilişkiler, bireyden bağımsız bir çevre tarafından şekillenir. Ayrıca bireyler arasında ağların biçimi, örüntü yoğunluğu, hiyerarşisi gibi yapısal özelliklerin yanı sıra bir ağ yapısının varlığı da yokluğu da yapısal gömülülüğün ilgi alanına girer. Yapısal gömülülük temel olarak maddi değişim ilişkilerinin kalitesi ve ağ mimarisinin ekonomik etkinliği nasıl etkilediği ile ilgilidir (Uzzi, 1997: 36). İlişkisel gömülmüşlük kavramı "bir etkileşim tarihi aracılığıyla insanların birbirleriyle geliştirdikleri kişisel ilişkiler türü" olarak tanımlanır (Tsai ve Ghoshal, 1998: 224). İlişkisel gömülmüşlük temelde bireylerin davranışını biçimlendiren saygı ve dostluk gibi ilişkilere odaklanır. Sürdürülen bu ilişkileri devam etmesindeki temel amaçları aktörlerin diğer aktörlerle sosyalleşmesi, toplum içinde kabul görmesi ve prestij sağlamasıdır. Bu açıdan bireyler bazen rasyonel hareket etmekten ziyade duygusal hareket etmeye yönelebilirler. Buda aktöre maddi kazanç yerine içsel bir mutluluk kazanmasına neden olur. Ayrıca ilişkisel gömülmüşlük bireye güven, normlar, beklentiler, yükümlükler ve kimlik gibi ortak payda da buluşacak bir ortamda hazırlar (Moran, 2005: 1132).

Sosyal sermayeyi karakterize eden ilişkiler, topluluklar, işbirliği ve karşılıklı bağımlılıklar makul bir güven düzeyi olmadan var olamazlar (Cohen ve Prusak, 2001: 50). Yani temelde insanlar arası ilişkilerde güven vazgeçilmez unsur olduğu gibi gömülü sosyal sermayenin açık ve birincil ön koşuludur (Uzzi, 1997: 43) Esasen ilişkisel gömülüğü tanımlamak için kullanılan sosyal ilişkilerin iki özelliğinden bir tanesidir (Moran, 2005: 1135). Gömülü ağlardaki güven kavramını açıklamak için temelde güven ve risk arasındaki ilişki çok büyük rol oynar. Yüksek güvenin olduğu

toplumlarda belirsizlik veya riskli zamanlarda başkalarının niyet ve davranışlarından dolayı kendisine bir kötülük gelmeyeceğine dair garantiye alınmasıdır. Yani kişisel çıkarlar ve sahtekarlık peşinde koşan bireyler toplumsal dışlanma ile sosyal yapının düzenini bozması engellenir. Güven temelli kurulan sosyal etkileşimlerde bireyler arası beklentiler ve yükümlülükler artar. Bu bireyler arası ilişkilerin derinleşmesine ve aralarındaki mevcut ilişkinin sürdürülmesini motive eder. Yani güven bireyler tarafından çaba ve karşılık verildiğinde gelişir (Uzzi, 1997). Tam rekabet koşullarında güven firmaların rekabet gücünü artıran zor ve karmaşık bilgilerin aktarılmasına ve üst düzey bilgilere kolay erişimi imkânı sağlar. Yüksek ilişkiyel güvenin olduğu durumlarda firmalar açısında daha etkili ve uygulanabilir yenilikçi fikirleri ortaya çıkmasına olanak tanır. Sonuç olarak, güvenin varlığının belirlenmesi yapısal gömülü sosyal sermaye için merkezi bir konumda olamasa da ilişkiyel sosyal sermaye açısında merkezi bir konumdadır (Moran, 2005).

1.3. Sosyal Sermayenin Birleşenleri Üzerinden Okunması

Sosyal sermaye üzerine yapılmış onca çalışma olmasına rağmen halen üzerinde anlaşılmış kesin bir tanımı yoktur. Bunun temel nedeni sosyali ve sermayeyi orta bir noktada buluşturmaya çalışan sosyal sermaye kavramının soyut ve karmaşık yapısından dolayı kaynaklanmaktadır (Şan ve Akyiğit, 2015: 125). Ama en basit şekliyle sosyal sermaye “en az iki kişi arasında güvene dayalı bir şekilde oluşturulan iletişim imkânı, biraz daha genişletirsek tanımı; toplumu oluşturan bireyler, STK’lar ve kamu kuruluşları arasındaki koordinasyon faaliyetlerini kolaylaştırarak toplumun üretkenliğini arttıran güven, norm ve ağlar “ olarak tanımlanır (Karagül ve Masca, 2005: 39).

1.3.1. Güven

Türkçede etimolojik olarak “küve-mek” (büyüklenmek)> “küve-n-mek” kelimesinden türeyerek ortaya çıkmış olan güven kavramı (Çağbayır, 2007: 1813), Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından “korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu, itimat” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2020). Türkiye Diyanet Vakfı (TDV) İslam Ansiklopedisinde Arapça etimolojik özelliğini belirten tanımında

güven ve itimat gibi anlamlara gelen “sika” (vüsûk) kelimesini veya “sağlam ve şüpheli olamayan” anlamına gelen “vesâka” kökünden türemiş bir isim olan “mîsâk”, “kuvvetli ahid ve antlaşma” olarak tanımlanır (Gürkan, 2005). İngilizce “confidence ve trust” kelimeleri ile karşılık bulan güven kavramı, Oxford sözlüğünde “kendine güven duygusu, emniyet ve kesinlik hissi, cesaret” (Pearsall ve Trumbell, 1996: 301) ve “Birinin veya bir şeyin güvenilirliğine, gerçeğine veya gücüne duyulan sağlam bir inanç” olarak tanımlanır (Pearsall ve Trumbell, 1996: 1546). Bunun dışında diğer önemli bir İngilizce sözlüğü olan Cambridge’ de ise “birisinin iyi ve dürüst olduğuna ve size zarar vermeyeceğine veya bir şeyin güvenli ve güvenilir olduğuna inanmak” olarak tanımlanır (Cambridge dictionary, 2008).

Güven, bir ilişkinin tarafı olan bir kimsenin var olan ya da ortaya çıkabilecek bir zayıflığının, ilişkinin diğer tarafındaki kişi tarafından istismar edilmeyeceğinden emin olması şeklinde de tanımlanmaktadır (Başak ve Öztaş, 2010: 35). Örneğin bir değiş tokuş sürecinde aktörlere veya bu sürece duyulan itimat şeklinde de tanımlanır. Güven sosyal sermaye için ise en temel yapı taşlarından birini oluşturur. Fukuyama güveni toplumun bütün yapıları içinde mevcut olduğu fikrine dayandırarak, sosyal sermayeyi ise toplumun bütün kesimlerinde oluşan bu güven sayesinde meydana geldiğini kabul eder. Bu bağlamda güveni sosyal sermayenin bir kaynağı olarak tanımlar (Fukuyama, 2005: 42). Ayrıca çatışma ve kargaşayı önleyen, insanların birlikte iş yapma ve yaşama olanağı sağlayan, çok farklı sosyal faaliyetlere katılmayı kolaylaştıran güven sosyal sermayenin ön koşulu veya başlangıç noktası olarak da kabul edilebilir (Cohen ve Prusak, 2001: 50-51). Bu bağlamda bireyler arası itimadı arttıran güven, ağlar arası iletişimi kolaylaştırarak işbirliğini teşvik eder, bilgi akışını kolaylaştırır ve işlem maliyetini azaltarak ticari işleyişin gücünü artırır. Kısacası güven hem bireysel hem de toplumsal anlamda düzeni sağlayan sosyal sermayenin vazgeçilmez bir unsurudur. Ayrıca belirli bir toplumun ya da grubun sahip olduğu sosyal sermaye miktarı ilişkin ölçümler, en temelde güvenin ölçülmesi ile daha doğru bir biçimde ortaya konulmasına imkân tanır (Öğüt ve Erbil, 2009: 20).

Güvenin tanımlanması çok tartışılmalı bir konu olsa da sosyal sermaye üzerine çalışma yapmış birçok araştırmacı tarafından güven anahtar bir unsur olarak

kabul edilmektedir (Uğuz, 2010: 63). Fukuyama güven ile sosyal sermayeyi bir birinin yerine kullanmaktadır (Tüysüz, 2011: 15). Bourdieu ise bireylerin içine doğmuş oldukları habitus ayrıcalıklarını koruyabilmek için giriştikleri mücadeleler şeklinde tanımlamaktadır. Coleman (1988) kapalı ağ yapılarına sahip toplumlarda bireyler arası gelir dağılımı, eğitim seviyeleri ve kültürel değerleri ne kadar birbirlerine yakınsa güven seviyeleri de o kadar yüksektir. Yani güveni sosyal ilişkilerdeki karşılıklılık üzerinden açıklamaya çalışır. Bireyler arası kurulan sosyal ilişkilerin onları bir takım beklentiler ve yükümlülükler altına girmesi için sosyal çevrenin varlığının mevcuduna dayandırır (Coleman, 1988: 102). Yani toplumda mevcut olan güven sayesinde bireylere yüklemiş oldukları sorumluluklarla bireyler arası ilişkiler gerçekleşecektir. Putnam (1993) göre güven ahlaki temelli kaynaktır. Bu kaynak kullanıldıkça artarken kullanılmadıkça azalır hatta tamamen tükenebilir. Putnam diğer bir çalışması olan “Bowling Along” (2000) da Amerika’da yaşayan bireylerin eskisi kadar grup, dernek ve örgüt gibi toplu kuruluşlarda sosyal ilişkiye girmeme nedenlerini birbirlerine güvenmemelerinin ve birbirlerini tanımamalarının bir sonucu olduğunu ifade eder. Bu bağlamda sermayenin erozyona uğraması sonucunda birbirini tanımayan; bireyler, siyasetçiler, seçmenler, şirketler ve bu şirketlerin çalışanları vs. toplumda görülür.(Başak ve Öztaş, 2010: 35).

Fukuyama güvene diğer sosyal sermaye araştırmacılarından daha fazla önem vermiştir. Bu bağlamda Fukuyama “sosyal sermayeyi, toplumun belli parçalarında ya da bütününde güven duygusunun hakim olmasından kaynaklı bir güç olarak tanımlar. Bu güç aile gibi küçük gruplardan tutunda uluslara kadar bütün grupların içinde gömülmüş bir şekilde vardır (Fukuyama, 2005: 42). Bundan dolayı sosyal sermaye üzerine tanımlarını güven ve etikten yola çıkarak yapmaktadır (Akman, 2018: 71). Kişisel çıkar ve sözleşme toplumsal kurumların önemli bir kaynağı olsa da, en etkin organizasyonlar, ortak etik değerlere sahip topluluklar üzerinde yükselir (Fukuyama, 2005: 42). Bundan dolayı toplumda yerleşmiş olan ahlaki kurallardan dolayı sosyal ilişkileri düzenlemek için yasal düzenlemelere ve sözleşmelere ihtiyaç duyulmaz.

Literatürde güven üzerine iki farklı sınıflandırma bulunmaktadır. Bunlardan ilki Bechman tarafından ortaya sürülen kişisel ve kişisel olmayan güven olarak ikiye

ayrılırken, diğeri Uslaner tarafından stratejik güven, genelleşmiş güven ve sosyal sistemlere güven olarak üçe ayrılır (Başak ve Öztaş, 2010: 36). Güven hem bireyler hem örgütler hem de toplumsal bağlamda kurulan ilişkilerde sosyal sermayeyi ortaya çıkartan en temel yapı taşıdır. Kişisel güven daha çok kapalı toplumlarda veya gruplarda görülen sık tekrar eden yoğun ilişkilerde karşımıza çıkmaktadır. Bu güven türü aşinalığa, geçmişte yaşanan bir ilişkiye veya herhangi bir gruba üyeliğe dayanır. Bu etkileşimin sürekliliği bireyler ilk elden bilgiye çok hızlı ulaşmasına imkân tanır. Dahası iletişim kurduğu kişiler hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasından dolayı güvenilir kabul edilir (Granovetter, 1985: 486). Bu güven toplum içinde bireylerin hayatlarını kolaylaştıracak ilişkilerinin gücünü artırır. Diğer taraftan kişisel olan güvenin toplumsal boyutunun yanında bir de örgütsel bağlamda güvenden söz edinilir. Geleneksel ekonomi anlayışına sahip toplumlarda kamu kurumları güvenden yoksun olmasından dolayı şirketler ticaret yaparken daha çok eskiden iş yaptıkları firmalar ya da tanıdıklarının referansı ile iş yapmaktadırlar. Kısacası kurumsal güven yoksulluğu ve bireysel güveni öncelikler. Ayrıca örgütler içerisinde oluşturulmuş güvenin yapısı, çalışanların dürüstlüğü, işbirliğini ve bilgi paylaşımını da olumlu etkiler. Örgüt içi çatışmayı azaltarak bireylerin örgüt bağımlılığını pekiştirerek çalışanları motive eden informal bir ortam oluşturur. Diğer taraftan kişisel olmayan güven ise daha çok zayıf bağlar sayesinde kurumsal ilişkiler alanında meydana gelir (Gerçil ve Aracı, 2011: 41).

Stratejik güven; örneğin X, sözünü tutması için Y 'e güvenirse ve Y sözünü tutması için X e güvenirse, işbirliği yapmak ve böylece ikisini de daha iyi hale getirmek için bir anlaşmaya varabilirler. X ve Y birbirlerini tanımazlarsa, birbirlerine güvenmek için bir temelleri olmazdı. Dahası, tek bir karşılaşma güveni geliştirmek için yeterli olmayacaktır. Birbirlerini daha iyi tanıdıklarında bile, karşılıklı güvenleri birbirleri hakkında bildikleriyle sınırlı olacaktır. X ve Y para ödünç vermek konusunda kendilerini rahat hissedebilirler. Fakat stratejik güven içinde birazda risk barındırır. Yani Y'nin az da olsa bu parayı ödememe olasılığı vardır. Ayrıca X ve Y' de birbirlerinin yeteneklerinin olmadığı konuda bir birlerine güvenmezler. Stratejik güven bireylerin kendi tanıdıkları ile iletişime sebebiyet verdiği için az sayıda insan arasında güven sorunlarını çözer. İkinci güven türü ise ahlaki güvendir. Bu güvenin

temeli bir toplum içinde yaşayan çoğu insanın aynı ahlaki değerleri paylaştığı inancından kaynaklanır (Fukuyama, 2005). Yani diğer insanın güvenilir olduğuna inanmaktır. Ahlaki güven insanların paylaştıkları ortak ahlaki değer üzerinde topluluklara dahil olduklarını açıklar. Kısaca sivil katılım için bireyler ahlaki güvene ihtiyaç duyarlar. Stratejik güvenin belirsizliklerine karşılık daha iyimser bir dünya görüşünü öne sürer. Güvenin son boyut da kurumsal güvendir. Bu güven ise kurumlara duyulan inançtan gelir. Çünkü hükümetin kurumlarının yapısı cansız ve güveni karşılayacak bir mevcudiyetten yoksundur. Hükümetlerin genel olarak ekonomi, savaş ve barış ve toplumda hukuk ve düzenin korunmasında ne kadar iyi performans gösterdiğine dayanır. Kurumsal güven stratejik güvene çok benzer. Aynı onun gibi deneyimlere dayanmaktadır (Uslaner, 2008: 101-102).

1.3.2. Normlar

Toplumsal hayatta düzeni sağlayan bir takım kurallar vardır. Bu kurallar genel olarak iki kısma ayrılır. Bir tarafta “siyasi, hukuki, ekonomik ve sosyal” çevrelerde yazılı olarak yasa ve yönetmeliklerle belirlenen formel kurallar oluşurken, diğer taraf “ahlak, gelenekler, değerler, normlar ve davranış kodları” gibi yazılı olmayan daha çok kültürün şekillendirdiği enformel kurallardır. İşte bu enformel kurallar kısaca toplumsal normlar olarak adlandırılır. Normların oluşmasında ve varlığının sürdürmesinde temelde iki unsur vardır. Bunlardan ilki toplumda zaman içinde kendiliğinden oluşmuş, toplumsal değerler olarak karşımıza çıkan geleneklerdir. Diğer unsur ise geleneği de içine alabilen kültürdür. Kültür kısaca toplumda bireylerin maddi ve manevi olarak ortaya çıkardığı her şeyi kapsayan bir olgudur. Bu iki unsurda ilk insanlardan günümüze kadar hep var olmuş ve var olmaya devam edecektir. Formel yapıların oluşmasında ve sürdürmesinde gelenek ve kültürlerden oluşmuş bu normlar çok büyük etki sahibidir (Erselcan, 2009: 61).

Normlar, sosyal sermayenin oluşmasında uygulanmasında ve toplum içinde etkisinin ortaya çıkmasında faydası büyüktür (Tüysüz, 2011: 22). Bu açıdan bakıldığında güven ve ağırlar arasında bir aracılık görevi üstlenir. Normlar toplum tarafından belirlenen kurallara göre bireylerin gelecek davranışları tahmin edilip belirsiz ortamların giderilerek toplumda güven duygusunun yerleşmesini

sağlamaktadır. Normlar sayesinde bireyler birbirlerine bir takım ödev ve sorumluluklar yüklerler. Normlar toplumun yararı için bireylerin kendi çıkarlarından vazgeçirerek toplumu öncelemesini sağlar (Keleş, 2012: 31). Her hangi bir davranışın norma dönüşebilmesi için toplumda yaşayan bireylerin çoğu tarafından onaylanması ve birçoğuna olumlu etkiler yapması gerekir. Toplumun büyük bölümü tarafından kabul edilen normlar bir kere benimsendikten sonra toplum için dinamik bir baskı aracına dönüşebilir (Öğüt ve Erbil, 2009: 23). Yani normlar neyin iyi neyin kötü, neyin doğru neyin yanlış olduğunun bir ölçüsüdür (Kaya, 2020). Bu bağlamda da toplumda yaşayan bireylere bir kimlik kazandırır. Genel olarak bireylere bazı açılardan kısıtlılık oluştursa da sosyal sermayenin en önemli unsurudur.

Coleman'a göre sosyal normlar, herhangi bir toplumsal aktörün gerçekleştirdiği eylemi kontrol etme hakkını diğerlerine aktarır, çünkü eylem dışsallıklar yani diğerleri için sonuçlar (olumlu-olumsuz) doğurur. Normlar; model alma, toplumsallaşma ve yaptırımlar aracılığıyla temin edilir. Bir bireyin davranışı toplum içinde bu normlar aracılığıyla diğerleri tarafından değerlendirilir. Toplumsal olarak geliştirilen bu normlar birey davranışı üzerinde yaptırım gücüne sahiptir. Toplumsal etkileşim sürecinde bireylerin karşılıklı olarak birbirlerinin davranışlarını kontrol ettikleri bir dizi değerler kümesi olarak varlıklarını sürdürür (Putnam, 1993: 171). Normların güçlülüğü ise ağların yapısıyla alakalıdır. Eğer ağların kapalılığı ne kadar fazla ise paylaşılan normlar da o kadar fazla olacak bu beraberinde ağ içindeki bireylerin bir birlerine daha çok güvenmesine ve sosyal sermaye üretimine de katkı sağlayacaktır (Gerni, 2013: 20).

Putnam'a göre sosyal sermaye insanlar arası oluşan bir dizi yatay birlikler kümesi olarak görülebilir. Sosyal ağlar ve birlik haline gelerek kurumlaşmış normlar, topluluk veya birlik içindeki verimlilik üzerindeki önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Putnam, 1993: 171). Yani sosyal güvenin oluşmasına fayda sağlayan normlar, toplum içinde işbirliğini kolaylaştırarak işlem maliyetlerini azaltır (Putnam, 1993: 172). Hem Coleman hem de Putnam sosyal sermayeyi resmi olmayan sosyal kontrol biçimi olarak tanımlar (Kapu, 2008: 272). Ayrıca Putnam normları tanımlarken karşılıklılık üzerinde durmaktadır. Ve bu bağlamda ilki dengeli karşılıklılık ikincisi

genellenmiş karşılıklılık olmak üzere iki tür karşılıklılıktan bahsetmektedir (Putnam, 1993: 172). Dengeli karşılıklılık arkadaşların özel günlerde hediye değiş tokuş etmesi ya da politikacıların bir birine arka çıkması gibi eşit değerdeki parçaların eş zamanlı değişimini ifade eder. Genellenmiş karşılıklılık ise, devam eden bir mübadele ilişkisi demektir. Herhangi bir zamanda karşılıksız veya dengesiz olabilir ama yine de, şimdi sağlanan bir faydanın ileride geri dönüşünün olacağı beklentisini içerir. Genelleşmiş karşılıklılık Putnam (1993) ile beraber Portes (1998) içinde daha merkezi bir konumdadır. Bu norm türü kolektif eylem sorununu çözerek toplumu bir araya getirir. Böylece başkalarına karşı çok az yükümlülükleri olan ego merkezci ve kendi çıkarını düşünen bireylerden ortak iyiyi ve ortak çıkarları düşünen bireylere dönüştürmektedir (Adler ve Kwon, 2000: 99). Bu bakımdan birçok eylem sorunun için işbirlikçi çözümlere yol açan normlar, fırsatçılığı etkin bir şekilde sınırlandırmakta ve sözleşmelerin uygulama ve gözetim maliyetlerini azaltmaktadır. Ve böylece birçok yatırım ve diğer ekonomik işlemlerin getirilerini artırma da yardımcı olmaktadır. (Knack ve Keefer, 1997: 1254).

1.3.3. Ağ İlişkileri

İnsan tarihin ilk dönemlerinden beri hiçbir zaman tek başına bir hayat sürmemiştir. Her zaman birlik içinde yaşayarak zorlukların üstesinden gelmiştir. Yani insan sosyal bir canlıdır. İnsanın başkaları ile iletişim kurması veya etkileşime girmesi onun doğasında vardır. Sanayi devrimi ile başlayan insanların endüstriyel şehir merkezlerine göç hareketleri onların arasındaki iletişimi daha da artırmıştır. Fakat en büyük katkı ise 1980'lerden sonra hızla yayılan internet sayesinde olmuştur. Artık insanlar arası iletişim sınır tanımayarak zamansız ve mekansız bir hale gelmiştir. İlk dönemlerden bu güne kadar değişmeyen tek şey kurdukları iletişim ve bunun oluşmasına imkân tanıyan bireyin sahip olduğu ağlardır. Bu bağlamda sosyal sermaye için ilişkiler çok değerlidir. Bireyin sahip olduğu ilişki kapalılığı veya sıklığı bireyin sosyal sermaye potansiyelini gösterir. Bireylerin toplum içindeki konumu ve avantajların bu potansiyelin büyüklüğüne göre değişir. Bundan dolayı sosyal ilişkiler kaynaklara ulaşım açısından sermaye olarak kabul edilir (Field, 2008).

Öğüt (2009) sosyal ağları “bir aktörün diğer aktörlere ulaşmasını sağlayan iletişim kanalları” olarak tanımlar. Yani bireyin ilk dünya ya geldiğinde kendi ailesi ile başlayan etkileşim serüveni zamanla gruplarla, örgütlerle hatta farklı toplumlarla etkileşime girecek kadar genişleyebilir. İnsanların bu ağlara yapmış oldukları yatırımlar sayesinde onlar yakın veya uzak gelecekte maddi ya da manevi kazançlar sağlayabilir. Bazen bir iş bulma konusunda maddi fayda sağlarken bazen de duygusal destek konusunda büyük yarar sağlar. Örneği Çin’de yapılan bir çalışma da emekli olan yaşlılar için üniversite programı düzenlenmesi onların genç öğrencilerle iletişim kurmalarına imkân sağlayarak toplumdan izole olmasına ve psikolojik bunalıma girmelerine engel olmaktadır. (Lyu, Huang ve Hu, 2019). Diğer taraftan bu faydalar bazen bireyi yakın ve sıkı ilişkilerinden kaynaklanırken bazen de uzak ve zayıf bağlarından kaynaklanır. Temelde bireyin hangi çevreden daha çok fayda sağlayacağından ziyade bireyin ağ genişliği daha önemlidir. Fakat ağın genişliğinin yanında bir de bireylerin birbirleri ile iletişim kurarken ortak bir payda da buluşarak diğer bireye yardım etme konusunda istekli ve arzulu olması gerekir (Field, 2008: 3). Ancak bu sayede bireyin ağ genişliği tam anlamda sosyal sermaye ile doğru orantıya gelebilir.

Bireyler arası kurulan bağlantılar sayesinde güven olgusu ve sosyal ağlar güçlenerek bireylerin sahip olduğu bu ağın niteliği ve niceliğine bağlı olarak da sosyal sermayenin düzeyi ortaya çıkar. Yani bireyin sahip olduğu ağların sayısı, yoğunluğu ve iletişimin niteliği bireyin sosyal sermaye seviyesinin belirler. Bireyler arası etkileşim yoluyla bilgi akışına olanak tanıyan ağlar, entelektüel sermayenin oluşmasında önemli rol alan sosyal sermayeyi için kritik bir unsurdur (Tsai ve Ghoshal, 1998). Ağların bireyler için taşıdığı değer yanında bir de örgütler açısından önemi vardır. Bu açıdan “ağlar ve topluluklar her şeyden önce, örgütlerdeki sosyal sermayenin kaynağı ve biçimidir, insanlar arası işbirliği bağının temel göstergesidir” şeklinde tanımlanabilir (Cohen ve Prusak, 2001: 83-84). Ağlar aynı zamanda insanların kimliklerinin oluşmasına yardımcı olur. Bireylerin kurmuş oldukları dostluk veya ilişkileri sayesinde onun nasıl bir kişiliğe sahip olduğu hakkında önemli bilgiler elde edilir. Bireyin bu kimliği onun oluşturduğu ağa veya

örgüte olan aidiyet duygusunu besleyerek geliştirir. Kısacası ağlar bilgi ve enformasyon paylaşımının yanında örgüt içinde işbirliği ve iş doyumunu etkiler.

Bourdieu (1986) sosyal sermayeyi “az çok kurumsallaşmış karşılıklı tanışıklılık ilişkilerinde oluşan uzun ömürlü kaynaklar” olarak tanımlar. Yani bireylerin içinde buldukları habituslar sayesinde elde ettikleri ağlar ve bu ağlar sayesinde kurmuş oldukları ilişkiler çerçevesinde tanımlar. Coleman sosyal ağları daha çok bireylerin etkileşime girmesi ve sık kullanması sayesinde oluşturdukları kapalı ağ yapısı üzerinde ele alırken Putnam’ da hem Amerika hem de İtalya’daki çalışmasından yola çıkarak ağların gönüllü kuruluşlarla kurulan bağlantılar üzerinden anlamlandırır. Francis Fukuyama ise “sıradan piyasa işlemleri için gerekli olanların ötesine geçen, gayri resmi olan normları ve değerleri paylaşan bireysel aktörlerden oluşan bir grup” olarak tanımlamaktadır (Cohen ve Prusak, 2001: 87). Sosyal sermayeyi açıklamak için ağlar üzerinden yapılan birçok tanımlamada teorisyenlerin orta bir noktada bulamadıkları anlaşılmaktadır. Bu bağlamda ağlar konusunda sıkı ağların mı zayıf ağların mı daha avantajlı oldukları üzerinden teorisyenleri iki kısma ayırır. Bir tarafta Granovetter ve Burt’un bireylerin yeni iş bulma veya bilgi akışı açısından daha faydalı olarak gördüğü zayıf ağlar veya yapısal boşluklar tezi, diğer taraftan ise Coleman tarafından öne sürülen kapalılık kuramıdır. Genel olarak ağları ele alırsak sosyal sermaye açısından önemli bir unsurdur (Burt, 1992; Granovetter, 1973; Coleman 1988).

Sosyal ağların bir takım olumsuz yönleri de mevcuttur. Toplum içinde bireylerin etkileşimlerini sağlayarak ekonomik kalkınma açıdan fayda sağlayan gönüllü organizasyonların yanında toplumsal çıkarlara karşıt oluşturan gruplar da mevcuttur. Bu her iki grubunda olumsuz dışsallıklar barındıran bir tarafları vardır. İlk grup kendi görüşlerini kabul eden veya üye olan bireylere daha çok çıkar ve fayda sağlarken, diğer yasal olmayan gruplar da bazen bireylerin özgürlüklerini, iş girişimlerini ve verimli yatırımları azaltmaktadır (Özcan, 2018).

İKİNCİ BÖLÜM

İLİŞKİ TÜRLERİNE GÖRE SOSYAL SERMAYE

Sosyal sermaye üzerine yapılan birçok ampirik çalışma sonucunda, meydana gelen anlam kargaşasını çözebilmek ve sosyal sermayenin insanlara olumlu ve olumsuz etkilerini daha iyi ölçebilmek için birçok araştırmacı tarafından farklı türlere ayrılmıştır. Bu bağlamda Woolcock (1973), Uphoff (1999), Nahapiet ve Ghoshal (1997), Putnam (2000), Coleman (1988) ve Burt (1992) temel alınarak;

- Bağlayıcı, Köprü Kuran ve Birleştirici Sosyal Sermaye
- Güçlü Bağlar, Zayıf Bağlar
- Dayanışmacı, Aracı ve Bağlantı Kuran Sosyal Sermaye
- Yapısal ve Kavramsal Sosyal Sermaye

dört kısma ayrılmıştır. Bunlardan ilki sosyal sermayeyi bağlantılarına göre ele alan Putnam (2000) tarafından ileri sürülen bağlayıcı (bonding) sosyal sermaye ve köprü kuran (bridging) sosyal sermaye olarak ikiye ayrılmıştır. Buna ek olarak Woolcock tarafında ortaya atılan birleştirici (linking) sosyal sermaye bağlarına göre sosyal sermayenin üçüncü boyutu olarak kabul edilmiştir. İkinci ayırım Granovetter tarafından 1973 yılında ortaya atılan sosyal ağların üzerinden ilişki düzeyleri güçlü ve zayıf bağlar şeklindeki ayırımı Lin ile 1999 yılında ağların konumlarına bağlı olarak tekrardan ortaya çıkıştır. Üçüncü ayırım Coleman tarafından ortaya atılan kapalılık kuramına dayandırılan dayanışmacı sosyal sermaye, Burt yapısal boşluklar kuramından hareketle oluşturduğu aracı sosyal sermaye ve Woolcock ortaya attığı bağlantı kuran (birleştiren) sosyal sermaye olmak üzere üçe ayrılmıştır. Son ayırım ise Uphoff (1999) tarafından sosyal sermaye boyutlarına göre sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma yapısal (structural) ve kavramsal (cognitive) sosyal sermaye olarak iki kısma ayrılrsa da Nahapiet ve Ghoshal (1997) bu ayırma birde ilişki (relational) sosyal sermayeyi ekleyerek üçe ayırmıştır. Tezin ikinci kısmında yukarıdaki sınıflandırmalardan yola çıkılarak sosyal sermayenin türleri incelenmiştir.

2.1. Bağlayıcı, Köprü Kuran ve Birleştirici Sosyal Sermaye

Bu bölümde sosyal sermaye kavramı, bireylerin diğer bireylerle kurdukları bağlantılar sonucu ortaya çıkan sosyal sermaye türleri açısından ele alınmıştır. Ortaya çıkan sosyal sermaye türleri ilk olarak Putnam (1993) tarafından aile fertleri, yakın akrabalar ve samimi dostlukları üzerinden sınıflandırdığı bağlayıcı sosyal sermaye ve tanıdıklar, iş arkadaşlıkları gibi daha mesafeli ilişkiler üzerinden sınıflandırdığı köprü kuran sosyal sermaye olarak ikiye ayırmıştır. Bu ayrıma Woolcock (2001) ise yeni bir katkı yaparak bireylerin kurum ve kuruluşlarla olan ilişkilerini farklı bir kategorik ayırım ile birleştirici sosyal sermayeyi eklemiştir. Bu üç sosyal sermaye türü aşağıda daha detaylı şekilde incelenmiştir.

2.1.1. Bağlayıcı Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye elitlere fayda sağlayacağını ileri süren Bourdieu ve genel olarak herkesin yararlanabileceği bir sermaye olarak tanımlayan Coleman'dan sonra Putnam sosyal sermayenin olumsuz bir tarafının da olduğunu dile getirerek bağlayıcı ve köprü kuran sosyal sermaye olarak iki kısma ayırmıştır. Dolayısıyla Putnam sosyal sermayenin tek yönlü doğası yerine çok yönlü bir doğaya sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Putnam bağlayıcı sosyal sermayeyi aile, yakın arkadaş ve komşular gibi aynı sosyo-ekonomik durumları paylaşan insanlar arasındaki ilişkileri topluluk içi bağlayıcı sosyal sermaye olarak tanımlar (Putnam, 1993). Bağlayıcı sosyal sermaye temel olarak ortak bir şeyi paylaşanlar arasında özel olarak güven ve karşılıklılığa dayanan ilişkiler geliştirildiğinde ortaya çıkmaktadır. Yani aile bağları, dini bağlılık, kilise üyeliği, mahalle komiteleri, bu türe örnek olarak verilebilen özel ve içe dönük gruplardır (Graham, 2016). Bu açıdan bağlayıcı sosyal sermaye toplum içinde benzer özellikteki insanlardan oluşan ve bu gruplarda bireyler arasında oluşan yatay ilişkilerden meydana gelir. Genellikle homojen ve aynı değer yargılarını paylaşan gruplar arasında görülürken diğer taraftan da iki kişi arasında da görülebilir. Fakat bu kişiler aynı topluluğun üyesi olmak zorundadır (Dolfsma ve Dannreuther, 2003). Bundan dolayı bu tip sosyal sermaye, aile, hısımlar-akraba, cinsiyet, etnik köken, din,

mezhep ve örgüt kültürü gibi “ortak bir kimlik” temelinde, “güçlü” sosyal ilişkilerden ortaya çıkar (Erselcan, 2009: 70). Bu açıdan Coleman (2010)’ın grup içi sosyal bir ağın, içine kapanarak kapalılık özelliği göstermesi o grubun sosyal sermayesi çoğaltacağı görüşünü desteklemektedir. Böyle kapalı grup veya toplumlarda ortaya çıkan bağlayıcı sosyal sermayede, güven geliştirilebilir bir değer olmaktan ziyade gruba katılanlar arasında işbirliği ve güveni kendiliğinden mevcut olan bir varlıklardır (Karakayacı, 2011).

Toplumdaki bireyler için güvenin temsilcisi olan bağlayıcı sosyal sermaye genelde insanlar için olumlu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda özellikle sağlık açısından bireylere fayda sağlamaktadır. Yani bağlayıcı sosyal sermayeleri yüksek olan veya kapalı özelliği gösteren toplumlarda bireysel ya da toplumsal açıdan sağlık üzerinde pozitif etkileri vardır (Kim, Subramanian ve Kawachi, 2006). Örneğin kolektivist bir yapıya sahip olan Japon toplumunda, insanların yaşlandıklarında daha homojen bir mahallede yaşamak istediklerini ve bunun da yaşlı Japon insanları için depresif bozukluklarını azaltmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Yamaguchi, 2013). Ayrıca bu bir ülkede etnik azınlık olarak yaşayan kişiler içinde aynı durumdan söz edebiliriz. Kötü şartlarda yaşayan azlıkların kendi kendilerini daha çok korumacılık rolü üstlenerek kendi kültürlerini devam ettirirler ve bununla birlikte bağlayıcı sosyal sermayelerini güçlendirerek yaşadıkları bölgelerde kendi dünyalarını kurarlar (Schölmerich vd, 2014). Böylece grup içindeki kurulan güçlü ilişkiler grup içinde bir bütünleşmeye sebep olur. Bu da sosyal sermayenin meydana gelmesine kaynaklık eder. Gruba üye olmak için aynı ya da benzer sosyo-kültürel kimliğe sahip olmak gerekmektedir. Bundan dolayı bağlayıcı sosyal sermayeler genelde mikro düzeyde yerel topluluklarda gelişir (Erselcan, 2009: 70). Grup üyelerinin kendi aralarında bir güvenin oluşmasına neden olan bu sosyal sermaye türü gruptaki güven seviyesini tespit ederken normların güçlülük düzeyine bağlı olarak hareket eder. Paylaşılan normlar ne kadar fazla olursa beraberinde ağ içindeki bireylerin birbirlerine daha çok güvenmesine ve sosyal sermaye üretimine de katkı sağlayacaktır (Gerni, 2003: 20). Buna örnek olarak batı da feministlerin, ırksal ve etnik olarak azınlıkta olan insanların kazanmış olduğu hakları gösterilebilir. Sten Widmalm (2005) çalışmasında bağlayıcı sosyal sermayeye sahip sömürülen ya da ezilen insanların kendi içlerinde

oluşturdukları güven sayesinde politik bir yöneticinin hegomonik baskısından kurtularak bir takım haklar kazandığını ispat etmiştir. (Widmalm, 2005). Yani bağlayıcı sosyal sermaye toplum içerisinde güçlü norm ve güven oluşmasına yardım ederek topluma faydalar sağlamaktadır (Coleman 1988).

Örgüt açısından bağlayıcı sosyal sermaye çalışanlar arası güçlü ilişkilerin kurulmasına yardımcı olur. Bu ilişkilerin oluşmasına neden olan ağbağları, güven ve normlar örgütler içinde toplum açısından farklı etikler yapabilir. Örgütte oluşan güven ve normlar bireyler üstünde denetim mekanizması oluştururken örgüt içinde birlikte hareket etmeyi kolaylaştırır. Kolektif eylemde bulunabilen bireyler arasında ağ bağ yapılarını kuvvetlendirmektedir. Bağlayıcı sosyal sermaye sayesinde kurulan güçlü ilişkiler örtük bilgi aktarımını kolaylaştırarak firmaya rekabet avantajı sağlamaktadır. Elinde bulunan şeye fayda sağlayan bu sosyal sermaye yenilik faaliyetlerinde engel olabilir. Özellikle inovasyon konusunda ise bu tür güçlü bağlar girişimcilik faaliyetlerine engel olurlar. (Öztaş, 2007).

2.1.2. Köprü Kuran Sosyal Sermaye

Köprü kuran sosyal sermaye, bireyin zayıf bağlarla girdiği, genelleştirilmiş güven ve karşılıklılık temelli ilişkilerde ortaya çıkar (Graham, 2016: 33). İçinde yaşadığı toplum veya grubun dışındaki bireylerle, gruplarla veya toplumlarla kurduğu ilişkilerdir. Bu ilişkiler farklı kültürel, sosyal, etnik ve ekonomik durumdaki insanların iletişim imkânı sağlayan heterojen bağlardan oluşur. Bundan dolayı köprü kuran sosyal sermayeye daha uzak ilişkilerin temsili olarak kabul edilebilir. Kısacası “*daha uzak ve daha az yoğunluktaki kaybedilmiş arkadaşlıklar veya iş arkadaşlıkları gibi insanların daha uzak bağlarına dayanan sosyal sermaye*” türü olarak da tanımlanabilir (Ergin, 2007: 12).

Köprü kuran sosyal sermayeyi bağlayıcı sosyal sermayeyi bir birinden ayıran birçok fark vardır. En temel fark ise bireyin çıkarlarını ön planda tutmasından kaynaklanır. Yani toplumsal çıkarları ikinci planda bırakmaktadır. Diğer taraftan da bağlayıcı sosyal sermaye, köprü kuran sosyal sermayeye geçiş için ilk aşama olarak da kabul edilir. Birey önce içine doğmuş olduğu aile ve çevreyle iletişime geçtikten

sonra diğer insanlarla iletişime girer. Yakın çevresi ile iyi ilişkiler kuran birey amaçladığı hedeflere ulaşmak için çevresel normlarının yanında bir takım resmi normları da kabul ederek çevresinin biraz daha dışındaki kişilerle iletişime geçer (Aba Şenbayram, 2018). Kısacası güçlü bağlara sahip grupların arasında köprü kuracak bağların var olma ihtimali olmadığı için bütün köprüler zayıf bağlardan oluşmaktadır (Granovetter, 1973: 1364).

Köprü kuran sosyal sermaye sivil toplum bağlamında yabancılarla girilen yaygın sosyal etkileşimler sayesinde daha geniş ağları temsil etmektedir (Cersosimo ve Nistico, 2007: 403). Bundan dolayı sosyal sermaye üzerine çalışanlar bu türü genel olarak olumlu kabul ederler. Fakat burada önemli olan ilişki kurulan grubun heterojen olup olmamasıdır. Yani bir derneğin üyeleri toplumun dar bir kesiminden oluşan homojen bir yapıya sahip ise bağlayıcı sosyal sermaye olarak kabul edilirken, toplumun çeşitli kesimlerinden oluşan geniş bir insan kitlesiyle temas eden heterojen gruplar ise köprü kuran sosyal sermaye olarak kabul edilir (Coffe ve Geys, 2007: 123). Bu açıdan heterojenlik köprü kuran ağların belki de en önemli göstergesi olarak kabul edilebilir. Ayrıca bu heterojen bağlardan oluşan köprü kuran gruplar, homojen bağlardan oluşan bağlayıcı gruplara göre üyelerinin daha yüksek katma değerli kaynaklara ulaşma konusunda ve gerek bireysel gerek toplumsal açıdan ortaya çıkmış problemlerle başa çıkmak için daha faydalı bağlantılara sahiptir (Kim, Subramanian ve Kawachi, 2006). Özellikle zayıf bağlantılardan oluşan köprü kuran sosyal sermaye heterojen yapıya sahip gruplar arası önemli bilginin erişimini kolaylaştırarak bireylerin inovatif yeteneklerine katkı sağlar. Ayrıca köprü kuran ağlara makro bir açıdan da bakarsak bireylerin kayıt dışı ekonomik faaliyetleri azaltarak hem bireyin hem de toplumun ekonomik açıdan gelişmesine katkı sağlamaktadır (Leonard, 2004). Diğer taraftan bireyleri, grupları, firmaları, endüstrileri farklı bilgi tabanlarına bağlayan bu ilişkiyel ağlar, bilgi üretimi ve aktarımı için kritik bir önkoşul olarak kabul etmektedir (Kitapçı, 2008: 124).

Günümüzde köprü kuran sosyal sermayenin gelişmesinde en büyük paya sahip olan araçlardan biri de internettir. İnternetin yaygınlaşması ile sanal dünya yaşamımızda çok büyük bir yer kaplamaya başladı. Bir nevi vazgeçilmez unsurlar

arasında hayatımızın ilk sıralarına kadar yükseldi. Bu açıdan özellikle sosyal ağ sitelerine bakacak olursak dünyanın en büyük ağ platformları olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani bireylerin ya da grupların normal yaşantılarında karşılaşma ihtimalinin çok az ya da hiç olmadığı kişilerle veya gruplarla aynı çatı altında yer aldıkları ve kendi ağlarını geliştirmek için çok önemli bir fırsat bulmuşlardır. Bu fırsatların yaratılmasına ve insanlar arası iletişim kuvvetlenmesine olanak sağlamak için kurulan Twitter ve Facebook gibi sosyal ağ sitelerinin kullanımı bireylerin köprülü sosyal sermayelerinin gelişmesine neden olmuştur (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007; Hofer ve Aubert, 2013). Diğer taraftan da internet örgütler için kendilerini tanıtmak ve yeni pazarlara girmeleri için büyük önem taşımaktadır. Dahası hem internet hem de sosyal medya yöneticiler açısından gündem ve piyasa takibi konusunda yardımcı olmaktadır

2.1.3. Birleştirici Sosyal Sermaye

Bağlayıcı ve köprü kuran sosyal sermaye kavramına ek olarak birleştirici sosyal sermaye kavramı M. Woolcock tarafından ileri sürülmüştür. Birleştirici sosyal sermaye, genel olarak güce sahip olanlar ve sahip olmayanlar arasındaki ilişkileri ifade edilirken, daha detaylı bir tanımlamada ise normlara uyma ve toplumdaki açık, resmi veya kurumsallaşmış güç veya otorite ayrımları arasındaki etkileşim kuran insanlar arasındaki güvene dayalı ilişkiler ağı olarak tanımlanır (Szreter ve Woolcock, 2004: 655). Yani birleştirici sosyal sermaye farklı sosyal sınıfların bir birleşimini ortaya çıkarır. Bunu yaparken de temel amaç olarak farklı toplumsal tabakaların birbirileri ile ilişki seviyelerini daha net bir şekilde tespiti için uğraşır (Karakayacı, 2011). Bu sosyal sermaye türü sosyal yapı içerisinde farklı güç, konum ve role sahip olan insanlar ve gruplar arasında oluşan hiyerarşik bir ilişkileri temsil eder. Farklı bakış açılarından yola çıkan bu tür sosyal sermayenin kurumsallaşmasına katkı sağlamaktadır. Özellikle Lin bu tür üzerine yaptığı çalışmalar ile dikkat çekmektedir. Bu açıdan Lin sosyal sermayeyi sosyal yapı içerisinde bireyler arasındaki gömülü ilişkilerden oluşan kaynaklardan elde edilen, amaçsal eylemlerle erişilebilen ve harekete geçirilebilen kaynaklar olarak tanımlar (Lin, 2001: 12). Lin bu tanımında ilk olarak sosyal yapı içindeki gömülü kaynaklara, ikinci olarak bireylerin bu kaynaklara erişimine ve son

olarak da kaynakları harekete geçirebilmesine odaklanır. Coleman'ın görüşündeki gibi sadece bir ağın kapalılığın o bireye veya gruba daha fazla fayda sağlayacak anlayışı yerine Lin bireyin sahip olduğu gömülü kaynaklara erişim ve kullanım düzeyine göre sosyal sermaye seviyesini belirlemektedir. Yani sosyal yapıda sahip olunan gömülü kaynakları daha fazla harekete geçirebilen bireyler bu kaynaklardan diğerlerine göre daha fazla fayda elde etmektedir (Ağcasulu, 2017: 123).

Toplumun ötesini gösteren sosyal sermayenin bu türü, resmi kurumlardan sahip olunan bilgilerin, kaynakların ve fikirlerin kullanma kapasitesini gösterir (Woolcock, 2001: 10). Bu tarz kurulan ilişkilerde belli seviyelerde olsa da kapalılık özelliği gösteren ilişkilerdeki kadar karşılıklılık normu ve güven üzerine kurulu bir ilişkiden söz edilemez. Daha çok dikey ve hiyerarşik bir yapıya sahiptir. Bu bağlantılara işçi-patron arasındaki ast üst ilişkisine dayanan bağlantılar örnek olarak verilebilmektedir. Dahası birleştirici bağlar arasında sivil toplum kuruluşları (STK'lar, gönüllü gruplar), devlet kurumları (hizmet sağlayıcılar, polis), halk temsilcileri (seçilmiş politikacılar, siyasi partiler) ve özel sektör (bankalar, işverenler) de bu türün içinde değerlendirilir (Babaei, Ahmad ve Gill, 2012: 121). Bu açıdan birleştirici sosyal sermaye, resmi kurumlardan finansal ve teknik destek açısından temel kaynaklara daha kolay erişim imkânı sağlayarak toplumun gelişmesine, bireyler arası gelir dağılımının minimize edilmesi, yoksullukla mücadele ve çalışının iş hayatında daha aktif hale gelmesi gibi bir çok konuda değerli olarak kabul edilebilir (Aba Şenbayram, 2018: 57).

Birleştirici sosyal sermaye makro düzeyde toplum ilişkilerinin özünde örgütsel ve bireysel davranışın iç içe geçtiği “zayıf” sosyal bağlardan kaynaklanmaktadır. Fakat bu bağlar az da olsa bazı ortak değerlerin paylaşılması sayesinde bir arada bulunur. Bir toplumda farklı kimliklere ve gruplara ait çok kültürlü bir yapı içerisinde bireyler arası kurulan ilişkiler zayıf bağların bir göstergesidir. Gruplar-arası ilişkilerin seviyesinde çıkan bu etkileşimler genellikle birbirleriyle bağları zayıf olan bireyler ve gruplar arasında ‘yatay’ bir şekilde meydana gelen ağlar olabileceği gibi, bir üretim zincirindeki gibi geçici ya da hiyerarşik bağlar şeklinde “dikey” olarak da ortaya çıkabilmektedir (Erselcan, 2009: 71).

Birleştirici sosyal sermaye, bağlayıcı ve köprü kuran sosyal sermayeden daha farklı gruplardan oluşmasına imkân tanıyan bir yapıya sahiptir. Bu yönüyle farklı bireyler ve gruplara arasında kurulan ilişkilere dikkat çekmektedir. Ayrıca aktörü yakın çevresini etkileyen aile, din ve bölgesel bir takım normlardan farklı olarak, toplumun geneli tarafından onaylanan kuralların kabulü ile bu kuralların geçerli olduğu toplumların oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca bu toplum içerisinde yaşayan bireylerin birbirlerine duydukları güven seviyelerini artırır (Çalışkan, 2010). Yani toplum içerisinde bireyler ve kuruluşlar arasında genelleştirilmiş bir güven oluşturmaktadır. Bu güven toplum içerinden yaşayan kişilerin bir takım ortak değerler üzerine anlaşarak ortak bir güvenin oluşmasına katkı sağlarlar. Yani kişilerin bütün insanları iyi ve güvenilir olarak doğrudan kabul etmek yerine tarafların birbirinin itibarını zaman içinde değerlendirdikleri ve karşılıklılık temeline dayanan ve kazanılması gereken bir güvendir (Aba Şenbayram, 2018: 57).

Genel olarak sosyal sermayenin bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici üç türü birbirlerinden temelde ilişki seviyeleri ve güven bağlamında ayrılmaktadır. Bu türler kurdukları ilişkilerin muhatapları, ilişki seviyeleri ve yapısı açısından farklılık gösterir. Yani bağlayıcı sosyal sermaye yakın çevre içinde meydana gelen temel hayati bağları içeren ilişkilerle alakalı iken, köprü kuran sosyal sermaye sivil toplum bağlamında yabancılarla girilen yaygın sosyal etkileşimler sayesinde daha geniş ağları temsil etmektedir. Birleştirici sosyal sermaye ise daha uzak çevrede meydana gelen kopuk ve zayıf ilişkilerden oluşan vatandaşlar, hükümet ve yönetim kurumları arasında kurulan algı ve temasları temsil etmektedir. Bağlayıcı sosyal sermaye daha çok özel güvenle alakalı iken, köprü kuran sosyal sermaye ise genel güven ile alakalıdır. Birleştirici sosyal sermaye ise hem kişiler arası güven hem de kamu güveni ile alakalıdır (Cersosimo ve Nistico, 2007).

2.2. Güçlü ve Zayıf Bağlar

Sosyal sermaye üzerine yapılan diğer bir ayırım bireylerin sahip olduğu sosyal ağların güçleri üzerinden yapılmıştır. Bu ayırım ilk olarak Woolcock (1973) tarafından bireylerin samimi, güçlü ve yoğun ilişkilerini temsil eden güçlü bağlar ve mesafeli, az etkileşimli ve duygusal yoğunluğu az olan zayıf ağlar olarak iki sınıfa

ayrılmıştır. Bu ayrımı tekrar ele ala Lin (1999) ise hem güçlü hem de zayıf ilişkileri sınıflandırarak esas önemli olan şeyin bireylerin girmiş oldukları ilişkilerdeki kullanım amacına vurgu yapısıyla farklı bir soluk getirmiştir. Bu bölümde de Woolcock ve Lin üzerinden güçlü ve zayıf bağlar incelenmiştir.

2.2.1. Güçlü Bağlar

Sosyal sermaye yazınında türleri üzerine yapılan çalışmalar açısından bakıldığında genel olarak ilişkilerin güçleri üzerine yoğunlaştığı gözükmektedir. Bu açıdan ilk çalışmaları yazına kazandıran Granovetter (1973), bilginin hızlı yayılmasında sosyal bağları bir araç olarak kabul ederken bu bağları güçlü ve zayıf bağlar şeklinde iki kısımda sınıflandırmaktadır. Sosyal sermaye bireyin sürekli bağlantıları sonucu oluşan, duygusal açıdan yoğunluğu fazla olan ve yakın ilişkilerden türer. Ayrıca güçlü bağlar normlar, güven ve dayanışmanın bir göstergesi olup bireyler arası uyumu oluşturur (Uğuz, 2010: 46). Bundan dolayı birbirleriyle bağlantılı olan bireyler, birbirlerine verdikleri sözlere çok dikkat ederler ve buna uymaya gayret ederler. Dahası içinde bulunduğu gruba aykırı gelecek her türlü davranıştan sakınırlar. Bu davranışları yaptıklarında cezalandırılacaklarını bildikleri için tek başlarına hareket yerine grubu önceleyerek hareket etmeyi seçerler (Granovetter, 1973)

Lin ise sosyal sermayenin bu ayrımında güçlü bağlar açısından Granovetter'den farklı bir şey söyleyerek onu takip etmiştir. Güçlü bağları birbirine benzeyen insanlar arasında kurulan bağlarken zayıf bağları farklı sosyal ve kültürel geçmişten gelen kişileri bir araya getirir. Güçlü bağlar kuralcı, kimlik veya birlik temelli hedefleri ve amaç anlamak için benzer kaynaklara sahip kişileri veya grupları ifade eder (Field, 2008: 93). Bu kişiler veya gruplar arası güçlü ilişkiler kurmak için güven, karşılıklılık ve normlar çok önemli olsa da güven güçlü bağlar için bir ön koşul olarak kabul edilir. Gruplar ve kişiler arasındaki güven temelli güçlü bağlar da farklı şekillerde oluşabilir. Bireyler arası kurulan uzun süreli ilişkiler, bireylerin geçmişte ortak bir iş için bir araya gelmesi, aynı ortamları paylaşmaları ve tarafların sahip oldukları kimliklerini güçlendiren aynı gruplara üye olmaları bu tür

ilişkilerin oluşmasına neden olur (Özer, 2016: 23). Bu açıdan Felander (2007) güçlü bağların niteliklerini aşağıdaki gibi ayırım yapmıştır.

Tablo 2.1. Güçlü ve zayıf bağ özellikleri.

Güçlü Bağlar	Zayıf Bağlar
Sosyal sınıf, din gibi benzer özelliklere sahip arkadaşlıklar, aile ilişkileri	Gönüllü birlikteliklerdeki benzer çıkar ya da sosyal niteliklere sahip üyeler
Yaş, cinsiyet ya da etnisite gibi farklı sosyal niteliklere sahip yakın arkadaşlıklar ve aile bireyleri	Gönüllü birlikteliklerdeki farklı sosyal nitelikli üyelikler ve tanışıklıklar
Yakın iş arkadaşlıkları; farklı hiyerarşik pozisyonlardaki yakın iş arkadaşlıkları	Farklı hiyerarşik pozisyonlardaki mesafeli iş arkadaşlıkları ve vatandaşlarla kamu çalışanları arasındaki bağlar.

Kaynakça: (Felande, 2007: 118).

Bireyler arasında güçlü bağlar söz konusu olduğunda benzer gruplar içerisindeki insanlar zaman içerisinde birbirlerine benzeyecektir. Birbirlerini çok az tanıyan veya hiç tanımayan insanlar bile bu gruplar içerisinde birbirleri ile güçlü ilişkiler kuracaktır. Ve buda insanların arkadaşlıklarını güçlendirerek onların güçlü bağlarını kuvvetlendirir (İnci, 2015: 104). Güçlü bağlarda bireyler arasında bilgi akışı ve bilgiye ulaşımı etkiler. Bu açıdan herkesin elde edemeyeceği özel ve karmaşık bilgileri birbirleri ile kurdukları bu güçlü ilişkiler sayesinde sıklıkla ve güvenli bir şekilde bozulmadan daha hızlı bir şekilde daha fazla bilgi elde edecektir. Buda bireye sosyal ya da kültürel hayatta daha avantajlı bir konuma taşımaktadır (Öztaş, 2007: 84; Uğuz, 2010: 46). Güçlü bağların sonucu ortaya çıkan kapalı bir ağ yapısında oluşan sosyal uyum, değişim riskini azaltır ve bireylerin konumları yükselterek onların başkaları ile işbirliğine girerek onların kaynaklarından faydalanma imkânı artırır (Moran, 2005: 1130). Ayrıca etnik açıdan homojenlik özelliği taşıyan gruplar yaşadıkları toplumlarda demokrasi üzerine olumlu etkileri vardır (Paxton, 2002: 226).

Şirketler arasında güçlü ilişkilerde firmaya bir taraftan kaynak sağlarken diğer taraftan da fırsatçılık risklerini ve maliyetlerini azaltır (Leenders & Gabbay, 1999: 10). Bu tip bağlar özellikle Çin gibi kapalı toplum özelliği gösteren ülkelerde çok önemlidir. Çünkü bu toplumlarda ticaret için en önemli ön koşul güven temelli güçlü

bağlardır. Yani Avrupalılar, bir birey güvenilmez olduklarını gösterene kadar doğal bir güvenme eğilimine sahipken Çinliler, ticaret yaptıkları inşaların kendilerine güvenilmeye değer olduklarını kanıtlayana kadar güvenilmez olduklarını varsayar (Batt, 2008: 490). Bununla birlikte de bu bağı korumak çok zahmetlidir. Örneğin örgüt açısından bir yönetici alt birimdeki insanları sık sık ziyaret etmeli ve onlarla toplantılar yapmalıdır. Bu açıdan çok maliyetlidir (Hansen, 1999: 85).

Güçlü bağlar sonucu üretilen veya kontrol edilen bilgiler, bölümler arası rekabet dolayısıyla sadece grup üyeleri ile paylaşmak istenmesi ve yakın ilişki içinde bulunan gruplarla bu bilginin paylaşılması bu türün olumsuzluklarıdır. (Sözen ve Sagsan, 2010: 46). Grup içerisindeki dayanışma bireyi yoğun ilişki içerisine gömmektedir. Bu da hem toplum hem de örgütte daha hiyerarşik bir yapıya neden olur. Sonuç olarak bu yapıda farklı fikir ve eylemlerin gelişmesine engel olabilir. Dahası sermaye birikimini ve girişimcilik faaliyetlerini azaltarak birbiriyle çatışan veya çıkar peşinde koşan grupların artmasına neden olarak toplum çoğu açısından negatif dışsallık oluşturabilir (Özcan, 2018: 47).

2.2.2. Zayıf Bağlar

Granovetter'in sosyal sermaye anlayışını bir ağın gücüne göre şekillendiğine inanır. Ve bu açıdan iki kısma ayırdığı sosyal ağları gücünü “*beraber geçirilen zaman, duygusal yoğunluğunun, samimiyet ve karşılıklı*” gibi unsurlar üzerinde belirler (Granovetter, 1973: 1361). Bu dört temel unsurun yetersizliği veya noksanlığı zayıf bağ olarak kabul edilebilir. Yani zayıf bağlar farklı sosyal geçmişe sahip olan bireyler arasında günlük geçici olarak kurulan mesafeli ilişkilere dayanan bağlardır. Sosyal sistem içerisinde güçlü bağların olmamasından dolayı çoğunluğun paylaştığı değerleri önemsemeyen, yeni ve çeşitli kaynaklara ulaşma imkânını artıran ve amaca daha etkili hizmet eden bireylerden oluşmaktadır (Keskin, 2008: 18). Ayrıca bireyler arası kurulan zayıf ilişkilerde bilgi akışını kontrol eden kişilerin kimliğinin belirsizliği nedeniyle her ne kadar kolay kurulsa bile ortaya çok kaotik ve kontrolü zor bir yapı çıkmaktadır (Sözen ve Sagsan, 2010: 47).

Uzzi (1999) zayıf bağları “kol mesafesindeki ilişkiler” olarak tanımlamaktadır. Bu ilişkiler bir bireyi arada sırada, bayram ya da özel günlerde buluşan veya görüşen ve farklı şehirlerde yaşayan bireyler açısından aralarındaki bağı zayıf (tanıdık) olmakla birlikte birbirlerine çok uzaklarda farklı sosyal çevrelerle de bağlantılı hale getirir (Özer, 2016: 25). Bu açıdan alışmış olduğumuz bilgiden farklı olan bilgilere tanıdıklarımız sayesinde ulaşırız. Bunun sebebi ise yakın arkadaşlarımız ile sahip olduğumuz çevrenin neredeyse birbirinin aynısı olmasından kaynaklanır. Bu da bize aynı bilgilere ulaşmamıza neden olur. Fakat bu zayıf bağlar sayesinde ilişki kurduğumuz tanıdıkların tanıdıklarına ulaşarak onlardan farklı yeni bilgiler elde etmemize olanak tanır (Kaya, 2011: 41). Yani bu zayıf bağlar bireyleri çeşitli düşünce dünyalarına bağlanarak farklı bilgilere ulaşmasına ve bireylerin yaratıcılığının gelişmesine katkı sağlar (Baer, 2010). Kısacası zayıf bağlarla sayesinde gruplar arası kolaylaşan bilgi akışı ile toplum bir bütün haline gelir.

Zayıf bağlar kuramının gelişmesinde Burt'un da önemli katkıları olmuştur. Burt, Granovetter'in zayıf bağlar kuramı üzerinden ufak değişiklikler yaparak yapısal boşluklar kuramını ortaya atmıştır. Fakat temelde vurgu zayıf bağların gücü ile aynı çağrışımında bulunmaktadır. Yani bir grup içerisindeki bireyler benzer kaynak ve bilgi olanaklarına sahiptir. Bu açıdan gruptaki herhangi bir birey grubun içerisinde ikinci bir bireyden alabileceği bilgi ve destek yine grup içindeki üçüncü bir bireyden çok farklılık bulunmamaktadır (Öztaş, 2007: 89). Bir ağda bireyler ya da gruplar arasındaki bağlantı eksikliklerinden veya noksanlıklarından dolayı ortaya çıkan yapısal boşluklar gruplar arasında bir nevi tampon görevi görmektedir. Yapısal boşlukların her iki tarafında farklı bilgi akımlarına sahip bireyleri vardır. Bu iki birey arasında bağlantıyı sağlayarak köprü kuran kişiler rekabet üstünlüğü sağlayacak faydalar elde eder. Çünkü bu kişi her iki taraf arasında hem bilgi akışını sağlayacak hem de bu bilgi kontrolünü elinde bulundurduğu için ikisinin faaliyetlerini yönlendirebilecektir (Burt, 2000: 9). Yani Burt çalışmalarında bireyin sahip olduğu konumu merkeze alarak o konumun getirmiş olduğu zayıf bağın gücünden yola çıkarak kuramını açıklar.

Granovetter, Uzzi, Burt gibi zayıf bağlar üzerine çalışmalar yapmış daha birçok araştırmacı temelde tek bir orta noktada buluşmuşlardır. Bireye, yakın arkadaşları yardım etme konusunda daha fazla istekli olsalar da tanıdıkları daha fazla fayda sağlar. Yani dar bir çevrede kurulan az sayıda güçlü bağlar yerine daha uzak çevrelerden oluşan zayıflar bağların bireye daha farklılıkla beraber faydalar sunacağını bununda bireye bazı avantajlar getireceğini kabul ederler (Öz, 2014: 36). Bu konuda bir kişinin daha çok istenen işlerin zayıf ilişkilerden oluşan bağlar sayesinde elde edilebileceğinden (Lin, 2005) tutunda bir öğrencinin sınıf dışında, zayıf bağları sayesinde girmiş olduğu etkileşimin onu daha çok mutlu edeceğine kadar birçok alanda görebiliriz (Sandstrom ve Dunn, 2014). Bundan dolayı zayıf bağları potansiyel bir kaynaklar olarak tanımlayabiliriz (Gerni, 2013: 34) Ayrıca zayıf bağlara bireysel boyutta çalışanlar açısından bakacak olursak iş değiştirmek isteyen bireye hareketlilik fırsatı sunmakla birlikte diğer ağ yapıları arasında bağlantı sağlar (Granovetter, 1973: 1373). Benzer şekilde zayıf bağlar yöneticileri de farklı yöneticilerle veya stratejik kişilerle bağlantı kurmasına olanak tanıyarak örgütüne rekabet üstünlüğü kazandırabilir. Bundan dolayı bireyler kapalı bağlar yerine zayıf bağlara yönelmektedirler.

Güçlü ve zayıf bağlar ile ilgili kuramı gerek bireysel boyutta gerek örgütsel boyutta ve gerekse makro açıdan toplumsal boyutta ortaya çıktığı günden bu güne kadar hakkında birçok çalışmalar yapılmıştır. Coleman (1990) gibi bazı araştırmacılar güçlü bağların faydalı olduğunu ileri sürerken Granovetter (1973), Uzzi (1997), Burt (2000) gibi birçok araştırmacı da zengin ve farklı kaynaklar ulaşma konusunda zayıf bağların daha faydalı olduğunu kabul etmektedir. Birde her iki bağında önemli olduğunu savunanlar vardır. Hansen örgüt içerisinde proje takımlarının farklı birimlerde yer alan bilgilere zayıf bağlar ile ulaşırken, departmanlar arası bilgi akışında güçlü bağların önemine vurgu yapar (Hansen, 1999). Aynı şekilde örgüt içerisinde karmaşık ve yoğun bilgilerin güçlü ilişkiler sayesinde hızlı bir şekilde taşınmasına olanak tanırken zayıf bağlar da bireyin yeni farklı bilgiler ulaşarak inovatif fikirler üretmesine katkı sağlar (Burt, 2000; Baer, 2010). Genel olarak ayrı ayrı her iki bağı savunan araştırmacılar olsa da günümüzde Lin, Hansen (1999), Felander (2007), Kharkhardt (1992), Harvey (2008) gibi daha

birçok araştırmacı aından da hem zayıf bağlar hem de gcl bağlar farklı açılardan bireyler için aynı derecede değerli kabul edilir.

2.3. Dayanışmacı, Aracı ve Bağlantı Kuran Sosyal Sermaye

Sosyal Sermaye zerine yapılan nc ayırım bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici sosyal sermaye ile temel olarak benzer görüşleri savunsalar dahi ortaya çıkartan teorisyenler açısından farklılaşmaktadır. Bu bölümden ele alınan sosyal sermayenin türlerinin her biri farklı bir teorisyen tarafından ileri sürülmüştür. İlk olarak Coleman'ın kapalılık teorisinden hareketle ortaya çıkartılan yakın evredekilerle kurulan gcl ilişkileri temsil eden dayanışmacı sosyal sermaye. İkinci olarak Burt'un yapısal boşluklar teorisinden hareketle ortaya çıkartılan bağlantısız kişiler arasında bağ kuran aracı sosyal sermaye. Son olarak ise Woolcock'un birleştirici sosyal sermayesinden hareketle oluşturulan bağlantı kuran sosyal sermayedir. Bu bölümde bu üç sosyal sermaye türü incelenmiştir.

2.3.1. Dayanışmacı Sosyal Sermaye

Coleman sosyal sermayeyi gcl bağlar açısından işlevsel olarak ele alıp tek bir varlık olarak değil çeşitli varlıklar olarak kabul eder. Bir yapı içindeki yapının parçası olan aktörlere değil; aynı zamanda o yapının tüm parçalarını içeren bütünün kendisine de faydalar sağlamaktadır (Coleman, 1988: 98). Aynı mahallede oturan ve benzer özelliklere sahip olan bireyler arası kurulan bu ilişkiler ağı kapalılık göstermektedir. Birbirine benzeyen insanlardan oluşan bu ağlarda bireyler arası amaçsal ağlar meydan gelir. Amaçsal ağlar bireylerin daha sık etkileşime girmesine ve birbirlerine bağlamasına yardımcı olur (Ibarra ve Andrews, 1993). Bu tür ağ yapılarına genel olarak kadın dayanışma grupları ve zengin kişilerin oluşturdukları kulüpler örnek verileceği gibi Türkiye özelinde cemaatleri, vakıfları ve dernekleri önemli örnekler teşkil etmektedir (Akman, 2018: 63).

Dayanışmacı sosyal sermayeleri yüksek olan toplumlarda insanlar genelde birbirlerine benzemelerinden dolayı sosyal bir uyum içinde yaşarlar. Yani gcl ilişkilere dayanan sosyal yapılar güven, aşinalık, ortak değerler ve komşuluk bağları sayesinde bireyler arasında bir dayanışma gücünün oluşmasına ve bununla sosyal

yapıdaki insanların uyum içinde hayatlarını sürmesine neden olmaktadır (Carpiano, 2006). Yani benzer düşüncelere sahip olan bireyler kendilerini birbirlerinin yerine rahatlıkla koyabildikleri veya kolaylıkla empati yapabildikleri için diğerlerini daha iyi ve hızlı anlarlar (Meng, Chung ve Cox, 2016). Bu da toplum içerisinde bireylerin kolektif hareketlerde bulunmalarına katkı sağlayarak onların birlik ve beraberlik içinde yaşamalarına imkân verir. Dahası bu temaslar sonucu ortak davranış normlarının oluşmasına ve bireylerin birbirlerine karşı beklentilerinin oluşmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca bu ağ yapılarında, tıpkı güç bağ yapılarında olduğu gibi düzenli temaslar ve davranış normları vasıtasıyla bireyler arasında güven ve itibar oluşmasını neden olur (Öztaş, 2007: 83).

Dayanışmacı sosyal sermaye toplumda gruplar açısından çok değerlidir. Toplumda bireyler sosyal destek almak için yoğun ve birbirlerine bağlı gruplar halinde kümelenme eğilimi gösterebilir (Krackhardt, 1992; Granovetter, 1973). Bu sayede gerek bireysel gerekse dahil olduğu grup açısından sahip oldukları kaynakları koruyarak daha da geliştirmeye çalışılır. Bu açıdan Bourdieu sosyal sermayeyi “karşılıklı tanıma ve tanımaya dayalı az çok kurumsallaşmış ilişkilerden oluşan kalıcı bir ağa sahip olmakla bağlantılı mevcut veya potansiyel kaynakların toplamı” şeklinde açıklamaktadır. Bu tanımda grupsal bir bakış açısı geliştiren Bourdieu dayanışmayı bireysel faydalar ve karlara dayandırmıştır (Bourdieu, 2010: 60). Toplumda grupsal boyutta meydana gelen dayanışma, bireylerin ya da grupların sosyal yapı içerisinde sahip olduğu alan ve habitusları sayesinde elde ettikleri servet, güç ve statülerini korumak ve güçlendirmek için sosyal yapıda bunlardan mahrum olanlara karşı gösterdikleri mücadele şeklinde tarif edilebilir. Bu açıdan sosyal yapı içinde meydana gelen kolektif hareketle sosyal sermayeyi elitlere has bir sermaye olarak kabul etmektedir (Palabıyık, 2011). Bu bağlamda Bourdieu gruplar düzeyinde ve dayanışma temelinde bize tanımlamaya çalıştığı sosyal sermayeyi dayanışmacı sosyal sermaye olarak kabul edilebilir.

Toplumun içerisinde meydana gelen kolektif eylemler Coleman’ın kapalılık teoremi ile açıklamaktadır. Coleman sosyal sermayeyi bireylerin kaynaklara ulaşma konusunda yardımcı olan bir kamu malı olarak ele almaktadır. Yani bireyin kendi

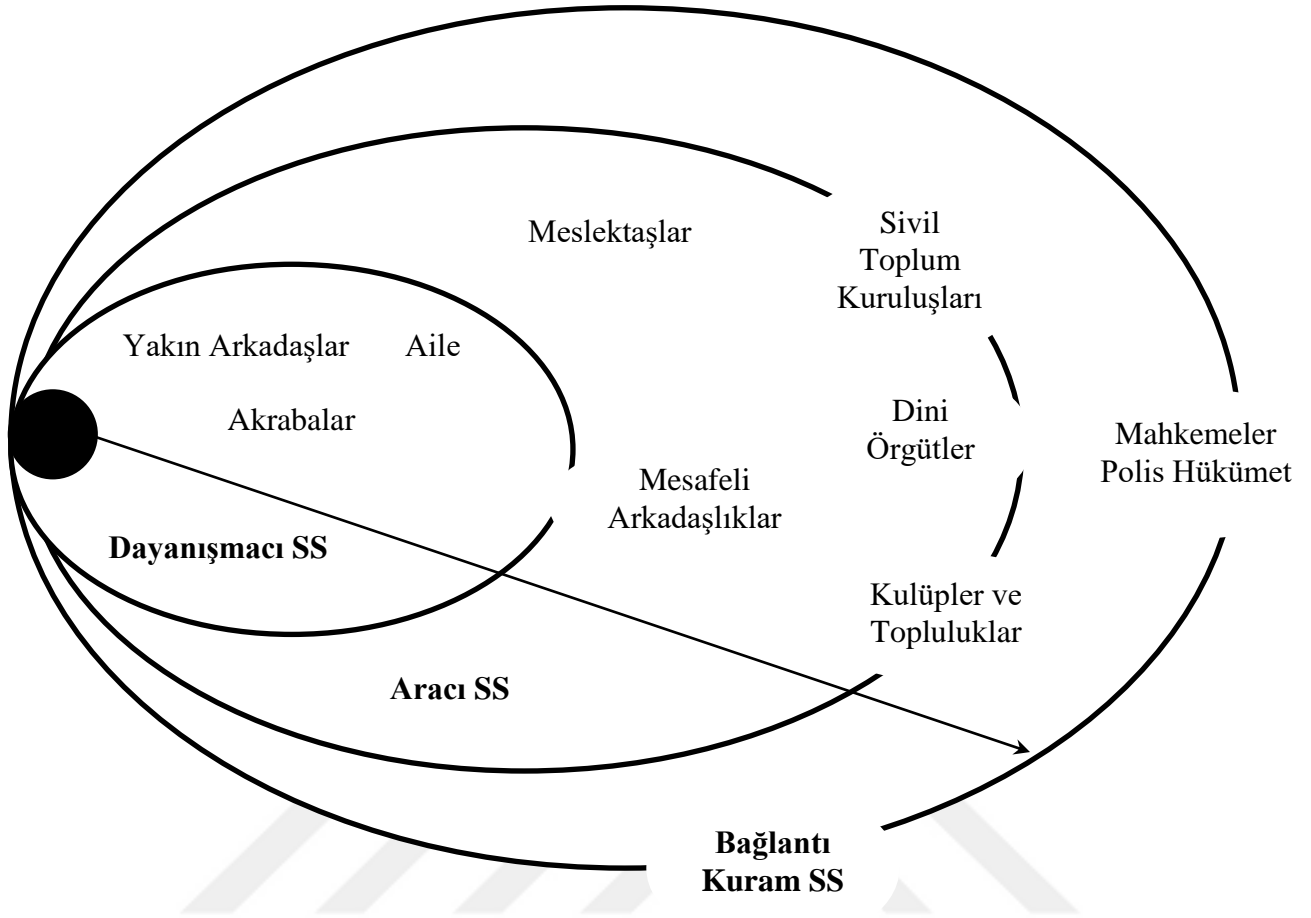
çıkarlarından daha çok grubu önceliklemektedir (Field, 2008). Diğer bir deyişle grup içerisindeki bireyler birbirleri ile bağlantılarını araçsal olarak görmenin ötesinde amaçsal olarak kabul etmektedir. Bu açıdan araçsal eylemler “bir kişinin bir iş veya görevi yerine getirebilmek için ihtiyaç duyduğu bilgi, fikir ve kaynaklara ulaşmasına yardımcı olurken” amaçsal eylemler “olumlu ve olumsuz duygusal bağları içeren kişiler arası duygu ifadelerini” içerir. Olumlu bağlar kimlik oluşmasını, aidiyeti gelişmesine katkı sağlarken olumsuz bağlar grup içi çatışmaya sebep olur. Amaçsal eylemler ise genel olarak olumlu kabul edilir. Örgütsel açıdan da alt birimler arasında amaçsal eylemler onlar arasında ilişkiyi geliştirir (Umphress vd., 2003: 742).

Aracı sosyal sermaye dışa dönük zayıf bağlardan oluşurken dayanışmacı sosyal sermaye daha çok içe dönük ve güçlü bağlardan oluşan ağ yapılarında meydana gelir (Prell ve Skvoretz, 2008). Dayanışmacı sosyal sermaye bu açıdan birey ve toplumlar için üç fayda sunmaktadır. Her türlü bilgiye veya özel bir bilgiye daha kapsamlı ve hızlı ulaşmayı kolaylaştırır. İkinci faydası, kapalı bir yapısı olan bu ağbağda güvenin oluşması grup içindeki anlaşmazlıkları en az indirerek büyük değişimler, dalgalanmalar ve krizler gibi belirsiz durumlarını anlatmak için önemli katkılar yapar. Üçüncü faydası ise güçlü ağbağ yapıların da siyasi örgütlenme ve dikine sosyal hareketlilik üzerine pozitif etkiler taşımaktadır (Öztaş, 2007: 83-85). Genel olarak bu faydaların temelinde ise tek başlarına üstesinde gelemeyeceği işleri birlikte hareket ederek çözebilecekleri kolektif eylem sorunu yatmaktadır. Çünkü yoğun ilişkilerle kurulan bu ağlar kolektif eylem için ortam ve kapasite sunar. Özellikle örgütsel açıdan yoğun duygusal bağlarla birlikte oluşan sosyal destek, kimlik ve kişisel aidiyet örgütlerde işbirliğini kolaylaştırarak daha iyi ekip çalışması oluşmasına katkı sağlar (Marineau vd., 2018: 147). Buna kısaca örgüt içerisinde kolektif eylem sorununun giderilmesi diyebiliriz. Diğer taraftan örgütler arası etkileşimlerin kuvvetli olduğu toplumda kolektif bilinç artar, muhalefet güçlenir, müzakere süreçleri işler (Hızlı, 2016: 32).

Bu sosyal sermaye türü en temelde Burt ve Colemanın görüşlerinden hareketle sosyal sermayeyi dayanışmacı ve aracı sosyal sermaye olarak ayrılmıştır. Bu ayrımın oluşması bu iki teorisyenin kısıtlılık üzerine farklı bakış açılarından

kaynaklanmaktadır. Bunun nedeni de saha uygulamalarından kaynaklanmaktadır. Coleman öğrencilerin anne-babaları, öğretmenleri ve toplumdaki diğer bireylerin kurmuş oldukları yoğun ilişkiler, onların eğitim hayatında önemli bir yere sahip olduğunu ileri sürmektedir. Okul çevresinde kurulan toplumsal boyuttaki güçlü ilişkiler, öğrencinin davranışlarını kontrol altına alarak kötü alışkanlıklarını azaltmasına yardımcı olduğunu tespit etmiştir. Burt ise sosyal sermayeye örgüt yöneticileri açısından baktığı için bilgiye erişim ve yenilikler için yöneticilerin daha zayıf ilişkilere sahip olması gerektiğini kabul eder. Kısacası Coleman'ın eğitim üzerinde kısıtlamanın iyi olması Burt'un ise kısıtlamanın kurumsal ortamlarda kötü olduğunu ileri sürmesinde kaynaklanmaktadır (Lopez-Kidwell ve Borgatti, 2012: 42)

Dayanışmacı sosyal sermayede grup içi dayanışmanın güçlü olması beraberinde bireyin özürlüğüne de bir takım kısıtlılıklar getirmektedir. Fakat bireyin kurmuş olduğu ilişkiler sonucu oluşan normlar ve yaptırımlardan dolayı oluşan bu kısıtlılık bireyin güvenliğini amaçladığı için olumsuz olarak yorumlanmamaktadır. Dahası yüksek bağlılığı olan doğu kültürlerinde grup içi dayanışmanın ayrı bir önemi vardır (Ağcasulu, 2017: 80). Özellikle örgüt için sıkı ilişkiler bireylerin kariyer gelişiminde etkili olurken, örgütler arasında da sıkı ilişkilerin pazarda hayatlarını devam ettirebilmeleri için vazgeçilmez bir unsur kabul etmektedirler (Xiao ve Tsui, 2007).



Şekil 2.1. Dayanışmacı sosyal sermaye.

Kaynak : (Uğuz, 2010: 78)

2.3.2. Aracı Sosyal Sermaye

Aracılığın kavramsallaştırılması uzun bir geçmişe sahiptir. Simmel'in faydalı üçüncü olarak adlandırdığı bu kavramı Marsden (1982: 202) "aktörlerin birbirine erişimi olmayan ya da birbirine güvenmeyen diğer aktörler arasındaki işlemleri kolaylaştırdığı" bir mekanizma olarak tanımlar (Long vd., 2013: 9). Obstfeld (2014) ise aracılığı "bir aktörün diğer aktörler arası etkileşimi etkilediği, yönettiği veya kolaylaştırdığı bir davranış" olarak tanımlamasıyla Marsden'in tanımın daha da genişletmiştir. Ayrıca "bir aktörün doğrudan bağlantılı olmayan diğer iki aktör arasındaki kaynak veya bilgi akışına aracılık ettiği bir ilişki" olarak da tanımlanmaktadır (Fernandez ve Gould, 1994: 1457). Burt ise aracılığı sosyal

sermayenin en önemli parçası kabul edip bireyin aracılık konumundan dolayı bilgi akışı ve bu akışın kontrol faydalarının bireye saylayacağı avantajlar üzerinden tanımlamaktadır (Burt, 2000). Bundan dolayı aracı sosyal sermaye “fikirsel, kültürel, etnik veya dini olarak farklı kişilerden oluşan daha az yoğun ve çapraz ilişkiler” şeklinde tanımlanabilir.

Aracılık konusu son zamanlarda artan çalışmalarla önemini daha da arttırmıştır. Bu çalışmalar arasında aracılık faaliyetlerinde bulunan kurumların hükümetin politika belirlemesine yardımcı olması (Fernandez ve Gould, 1994), sağlık çalışanları açısından oluşturdukları farklı gruplar arası özel bilgi aktarımına fayda sağlanması (Long, Cunningham ve Braithwaite, 2013), bireyin mesleki eğitim ve girişimcilik sürecine olumlu etkileri (Umphress vd., 2003), yenilikçi fikirlerin oluşmasına katkı sağlaması (Fleming, Mingo ve Chen, 2007) ve daha yüksek takım performansının ortaya çıkmasına yardımcı olması (Soda, Usai ve Zaheer, 2004), piyasaların oluşmasında aracı aktörlerin kurucu bir rol üstlenmesi (Pollock, Porac ve Wade, 2004), kobilerin rekabet güçlerini artırmak için birbirleri ile ilişkilerini güçlendirmesi (Kirkels ve Duysters, 2010) gibi birçok farklı çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalar aracı bağların faydalı yanlarını ortaya koymaktadır

Aracılık faaliyetleri, en basit şekliyle iletişime geçmek isteyen iki taraf ve bir aracı olmak üzere en az üç taraftan oluşur. Bu yapı aracılar ve tarafların çıkar veya faaliyetlerine göre farklılaşmaktadır. Gould ve Fernandez (1989) bu yapının beş farklı şekilde meydana gelebileceğini ileri sürer. Bunlardan ilki bütün tarafların aynı grup içinde yer aldığı, ikincisinin iletişime geçmek isteyen tarafların aynı grupta fakat aracının farklı bir grupta olduğu, üçüncüsünün her bir tarafın farklı gruplarda bulunduğu, dördüncüsünün ise sırasıyla iletişime geçmek isteyen tarafların aracı ile aynı gruptan olduğu şeklinde analitik olarak beş farklı ayırım yapmıştır (Gould ve Fernandez, 1989). Diğer bir ayırım ise bu yapının sonuçları üzerinedir. Bu ayırımı üç kısımdan oluşmaktadır. Bunlardan ilki aracılar vasıtasıyla farklı kaynaklara ulaşması sonucunda bilgi transferi imkânı bulması, ikinci tanımadığı bireylere ulaşma imkânı bularak aracılar sayesinde yeni arkadaşlıklar kurması, sonuncusunun ise örgüt içi veya örgütler arası iletişimin oluşmasına imkân tanıyan aracılar vasıtasıyla koordinasyon sağlanmasına yardımcı olması açısından üçe ayrılır (Spiro, Acton ve Butts, 2013).

Burt aracılık konusunda yaptığı çalışmalarla bu güne kadar yapılan çalışmalardan daha çok dikkat çekmiştir. Aracı sosyal sermayeyi bir ağın birbirinden bağlantısız iki uzak kısmını bir araya getiren aracı aktörler tarafından ortaya çıkabileceğini, yani birbirinden kopuk bağların köprü kuran bireyler vasıtası ile oluşabileceğini ileri sürer. Dahası yapısal olarak bu delikler açısından daha zengin temaslara sahip olanlar daha faydalı fırsatlar hakkında daha fazla bilgiye sahip olacağını ve aynı zamanda sahip oldukları bilgilerin üzerinde kontrol gücünün de olduğunu çalışmalarında göstermiştir (Burt, 2000: 335; Burt, 2002: 337). Bireyler arası kopuklukların sayısı arttıkça bireyin sosyal sermayesi de artmaktadır. Yapısal deliklerde aracı olan kişi üzerinde ne kadar az kısıtlama varsa yani bireyin kurduğu ilişkinin yoğunluğu, hiyerarşisinin düzeyleri ne kadar az ise ya da ağbağının büyüklüğü ne kadar fazla ise bu kısıtlamalar da azalmakta ve bireyin sosyal sermayesi artmaktadır (Burt, 1997). Aracı sosyal sermayede tıpkı zayıf bağlar gibi bilgiye erişim ve kontrol konusunda büyük faydalar sunmaktadır. Aracının bundan elde ettiği avantajı Burt bireyin konumuna yorumlarken Granovetter de ağbağın gücüne dayandırmaktadır.

Aracı sosyal sermayenin var olmasının temelinde yatan unsur olan yapısal boşlukların değeri ne zaman ve nerede ortaya çıktığına bağlı olarak değişmektedir. Bu süreç içerisinde de en önemli değişken yöneticiyle aynı işi yapan meslektaş (akran) sayısı ile alakalıdır. Sosyal sermaye değeri ve aynı işi yapan meslektaş sayısı arasında ilişki ise meslektaşlar arasındaki rekabet ve aktörün meşruluğundan kaynaklanmaktadır. Bir işi yapan birçok meslektaşına sahip olmak yöneticinin kendi iş tanımını ve performansını etkiler. Meslektaşlarının (akranlarının) iş yerindeki davranışları yöneticinin nasıl davranışta bulunacağını ve akranları ile girdiği rekabet yöneticinin performansını nasıl ayarlaması gerektiğini düzenler (Burt, 1997: 345). Diğer taraftan da aracı bireyin meşruluğu ile alakalıdır. Eğer bu meşruluk onaylanmazsa aracı aktörlerin sürdürülebilirlik sorunlarının ortaya çıkmasına neden olur. Özellikle ilk yıl köprüler kurularak oluşturulan aracılardan %90 ikinci yıl bozulmaktadır. Bu süreç ilk iki yıl boyunca da devam etmektedir (Burt, 2002). Meşruluğunun onayını ise birlikte çalıştığı ve ilişki kurduğu diğer kişiler belirler

Aracılığının olumsuz yönlerinin biri de bireyin yaşadığı kültürün onu kısıtlamasıdır. Yani, aracılık veya yapısal boşluklar genelde açık pazarlarda, serbest piyasalarda ve bireyci yapılarda pozitif etki sağlarken karşımıza çıkmaktadır. Fakat rekabetten çok işbirliğini benimsemiş kültürlerde bu faaliyetler sonuçsuz kalabilmektedir. Örneğin Çin gibi toplumlarda yapısal boşlukları doldurmak en kötü davranış olarak kabul edilir. Bu faaliyette bulunan bireyin kariyer gelişimine engel olma gibi ağır yaptırımlar beklemektedir (Xiao ve Tsui, 2007). Yoğun iletişim bulunan ağlarda yapısal boşluklar ağ üyeleri arasında koordinasyon ve iletişimin zayıf olmasından dolayı fırsatlardan da mahrum kalabilir. Bu da yoğun ağlarda inovasyon performansını olumsuz etkiler (Tan, Zhang ve Wang, 2015). Dahası örgüt içinde kurulan zayıf ilişkiler de karmaşık işler de bireyler arasında çatışmaların oluşmasına neden olabilir (Gargiulo ve Benassi, 2000: 188). Ayrıca aracılar zaman içinde ilişkilerini geliştirerek bu boşlukları doldurarak kapalı bir ağa dönüşebilir (Zaheer ve Soda, 2009).

Coleman ve Burt'un aksine Lin her iki türünde kendine özel işlevlerinin olduğundan dolayı bireyin bir ağbağında hem aracı hem de dayanışmacı sosyal sermayesinin olması gerektiğini savunmaktadır. Bu farklı işlevler beraberinde farklı faydalara neden olması tıpkı bir yapbozun iki parçasının birbirini tamamlaması gibi iletişim kuran bir kişinin de eksik yönünü tamamlar. Yani aracı sosyal sermaye ağbağını araçsal olarak kullanmayı amaçlayarak yeni ağlar keşfeder. Dayanışmacı sosyal sermaye ise amaçsal eylemlerle ağbağın mevcut bağları korumayı hedefler (Lin, 2005: 60). Ayrıca aracı ve dayanışmacı sosyal sermayenin faydalarını Lin aşağıdaki tablodaki gibi bir ayırım yaparak göstermiştir.

Tablo 2.2. Dayanışmacı ve aracı sosyal sermaye özellikleri.

Dayanışmacı Sosyal Sermayenin	Aracı Sosyal Sermayenin
Fiziki varlığın korunması-maddi ya da fiziki destek bulabilme	Ekonomik fayda ve varlık kazanımı
Akıl sağlığının korunması-sosyal ve duygusal yine bununla bağlantılı olarak	Siyasi fayda-iktidar kazanımı
Hayattan tatmin olarak üç ana grupta toplanabilecek ve daha çok kendileri birer amaç olan faydalar (expressive returns) sağladığını söyler.	Sosyal fayda-itibar kazanımı biçiminde aslında birer araç olan faydalar (instrumental returns) sağladığını iddia eder.

Kaynak: (Öztaş, 2007).

2.3.3. Bağlantı Kuran Sosyal Sermaye

Bu sosyal sermaye türü Woolcock tarafında aracı ve dayanışmacı sosyal sermaye türüne ek olarak öne sürülmüştür. Genel olarak birey ve toplumsal kurumlar arasındaki güven seviyesini tanımlayan bir kavramdır (Lofors ve Sundquist, 2007). Daha spesifik olarak “bireyleri veya grupları siyasi veya finansal güç konumundaki insanları birbirlerine bağlayan bağlar” şeklinde tanımlanır (Aggera ve Jensenb, 2015: 4). Farklı güç ve sınıf farklılıklarından olan bireylerin ilişlerini temsil eder. Bu ilişkinin en belirgin özelliği ise bir hiyerarşik yapının bulunmasıdır. Bu açıdan toplum veya bir kurum içinde yöneten veya yönetilen kişiler arasındaki kurumsal veya resmi ilişkiler örnek verilebiliriz (Özcan, 2018: 27) Bundan dolayı bağlantı kuran sosyal sermaye güç dağılımı eşit olmayan ilişkileri ele alarak kolektif ve bireysel sosyal sermaye yaklaşımlarının birleşmesine imkân sunmaktadır. (Macke ve Dilly, 2010).

Bağlantı kuran sosyal sermaye de ilişkilerin daha çok resmi veya kurumsal bağlamda olmasında dolayı bireyler arasında zayıf bağlamlı etkileşimler kurulmaktadır. Bu ilişkilerin oluşmasına devlet görevlileri, sivil toplum kuruluşları, gönüllü kuruluşlar veya iş adamları aracılık etmektedir (Szreter, 2002: 580). Bu aracılar vasıtasıyla oluşturulan bağlantı kuran sosyal sermaye, kurumlardan fikir, bilgi ve kaynaklara ulaşmaya izin vererek bireylerin mikro düzeydeki sosyal sermayelerini ve sosyal eylemlerini, politik ve ekonomik açıda daha da

genişletmelerine olanak tanımaktadır (Sabatini, 2009: 430). Gerek bireyler gerek toplumlar açısından bu bağlantılar dış kaynaklara ulaşma konusunda hayati rol oynamaktadır (Aggera ve Jensenb, 2015).

Bağlantı kuran sosyal sermayede devletin faaliyetleri merkezi bir konumda olduğu gibi bireyin sahip olduğu aracı ve dayanışmacı sosyal sermayesinden yararlanması bir dereceye kadar devletin faaliyetlerine bağlıdır. Devletin piyasaya müdahalesi, hukukun üstünlüğü, sivil hak ve özgürlükler diğer sosyal sermaye türlerinin sürdürülebilirliğine yardımcı olmaktadır (Wallis, Killerby ve Dollery, 2004: 250). Dahası hükümetler devlet kurumları ile sivil toplum kuruluşları veya bireylerle bağlantı kurarak fayda sağlamaktadır. Özellikle doğal felaketler meydana geldiği zamanlarda bu ilişkiler temsili olarak bağlantı kuran sosyal sermaye göz önüne çıkmaktadır. Dayanışmacı ve aracı sosyal sermayenin kırılğan bir yapıya sahip olmasından dolayı acil durum anlarında bağlantı kuran sosyal sermaye kritik bir öneme sahiptir. Ayrıca afetler sırasında oluşan stres ve kavgı bozukluğu gibi rahatsızlıkların giderilmesi için devletin sağladığı psikolojik desteklerde çok önemlidir. Kovid 19 salgını da sürecinin belirsizliği ve tedavisinin henüz bulunamaması, sosyal mesafe veya karantinadan dolayı bireyler yüz yüze iletişim azalması veya kaybetmesinden dolayı yalnızlık hissi onun stresini artırması ve ölüm korkuları nedeniyle bireylerin stres, anksiyete ve depresyon gibi psikolojik bozuklukların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Badrfam ve Zandifar, 2020). Özellikle Kovid 19 hastaları ile birebir temasta bulunan doktorlarda bu süreçten kaynaklanan psikolojik bozuklukların ortaya çıkması daha olasıdır. Bu rahatsızlıkları giderilmek için devlet tarafından kurulmuş olan psikolojik yardım hattının büyük olumlu etkileri gözlemlenmiştir (Rajkumar, 2020). Günümüzdeki bu salgın, devlet kurumları ve toplum ilişkisi açısından bize en güzel örnekleri vermektedir.

Bağlantı kuran sosyal sermaye siyasetler ile halk arasında ilişkiyi de temsil eder. Bu açıdan bireylerin siyasi faaliyetlere katılımların yerel yönetimden memnuniyet seviyesini gösterir. Örneğin oy kullanma bireylerin siyasal kurumlara olan güvenini artırırken ayrıca bireyin toplumla bağını kuvvetlendirmesine ve psikolojik sorun azalmasına yardımcı olmaktadır (Lofors ve Sundquist, 2007). Aynı

şekilde göçmenler de ikamet ettiği ülkenin kural ve siyasi yaşamlarına bu ağlar ile dahil olmaktadır (Dorais, 2009). Yani göçmen olarak yerleşen insanların eski kültürel değerlerine ulaşmak ve korumak için kendi yakın ve zayıf bağlarından ziyade devlet destekli kurum ve kuruluşlar sayesinde oluşan bağları daha çok faydalı olmaktadır (Wells, 2011).

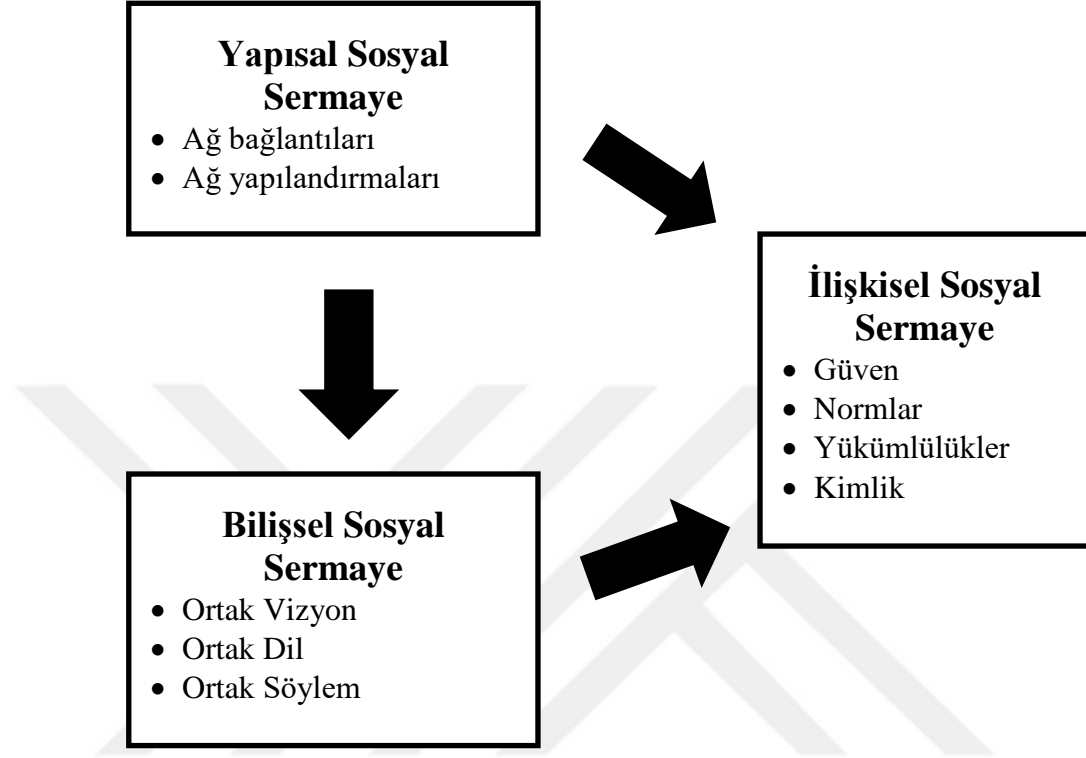
Bağlantı kuran sosyal sermayesinin oluşmasına bir diğer etken ise sivil toplum kuruluşlarıdır. Bu kuruluşlar bireyleri faaliyetlerini yürütmeleri için toplu eyleme dahil ederek onların kurumlarla iletişime geçmesine imkân tanır (Sabatini, 2009). Bu tarz siyasi bağlantıya sahip olanlar bireyler acil durumlarda önceden haber vererek hükümetin sorumlulukları konusunda toplumu bilinçlendirir (Macke ve Dilly, 2010).

Örgütsel açıdan yöneticiler, resmi kurum ve kuruluşların ellerinde bulundurdukları güce ulaşmak için birleştiren sosyal sermayeleri yoluyla iletişim kurarlar. Bu iletişim özellikle kapalı özelliği gösteren toplumlarda ya da piyasaya devlet müdahalesinin çok olduğu durumlarda daha fazla görünür. Bu tarz piyasalarda faaliyet gösteren işletmeler ise devlet ile dikey ilişki kurarak kaynaklara ulaşım imkânı yakalar (Öğüt, 2009: 57). Öğüt içinde çalışanlar açısından ise işçi kuruluşları veya sanayici ve iş adamları tarafından oluşturulan TÜSİAD ve MÜSİAD gibi derneklerde, devlet ile çalışanların bağlantılarını kurmasını sağlarlar. Benzer şekilde işçi kuruluşları işçilerin ücret ve diğer konulardaki haklarını işverenine veya devlete karşı toplu eylem katılmasını sağlayarak korur. Bu ve benzeri açılardan bağlantı kuran sosyal sermaye örgütleri açısından önemli kabul edilebilir.

2.4. Yapısal ve Kavramsal Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye farklı disiplinler ve farklı analiz yöntemleriyle incelenmesi sonucunda niteliksel anlamda farklı ayrımlar yapılmaktadır. Bu ayrımların içinde en önemlilerinden biriside Uphoff tarafından yapısal (structural) ve bilişsel-kavramsal (cognitive) olarak temel de iki başlığa ayrılmıştır (Uphoff, 2000). Genel olarak bu iki tür, toplumda ortak faydayı oluşturmak için kolektif eyleme sebep olan kurallar, değer ve inançları içinde barındırır. Bu iki türe ek olarak bir de ilişki (relational) boyutunu kabul ederek üç kısımda inceleyen çalışmalarda mevcuttur (Nahapiet ve

Ghoshal, 1998). Bu bölümde de sosyal sermaye bu üç tür üzerinden aşağıdaki ayrıntılı tablodan yararlanılarak incelenmiştir.



Şekil 2.2. Yapısal, ilişkisel, bilişsel sosyal sermaye.

Kaynak: (Camps ve Marques, 2014).

2.4.1. Yapısal Sosyal Sermaye

Kabaca sosyal sermayeyi makro ve mikro diye iki kısma ayırırsak mikro düzeyde sosyal sermayeyi bilişsel ve yapısal sermayelerden oluşur. Uphoff yapısal sosyal sermayeyi “çeşitli sosyal organizasyon biçimleriyle roller, kurallar, adetler ve prosedürlerle işbirliğini kolaylaştıran ve özellikle fayda akışı olan karşılıklı yarar sağlayan toplu eyleme katkıda bulunan çok çeşitli ağlar” şeklinde tanımlamaktadır (Uphoff, 2000: 218). Yapısal sosyal sermaye, toplum gelişiminin araçları olarak hizmet veren hem resmi hem de gayri resmi yerel düzeydeki kurumların bileşimini ve uygulamalarını içerir. Yapısal sosyal sermaye, kolektif ve şeffaf karar alma süreçleri, hesap verebilir liderler, kolektif eylem ve karşılıklı sorumluluk uygulamaları olan yatay organizasyonlar ve ağlar yoluyla inşa edilir (Krishna ve Shrader, 1999).

Yapısal sosyal sermaye hem örgütler hem de toplum içinde temel olarak bireylerin sosyal etkileşimine odaklanmaktadır. Bu etkileşim sayesinde elde etmiş olduğu konumun ona sunacağı avantajlarla doğru orantılı olarak hareket eder (Tsai ve Ghoshal, 1998: 465). Bu açıdan bakıldığında bir bireyin ağ büyüklüğü ve doğru bağlantılara ulaşma konusunda ve bilgi seviyesini belirleme konusunda ilişki ağları çok önemlidir. Diğer bir önemli etken ise kime ve nasıl ulaşacağını belirten ilişki ağlarının biçimidir. Yani yapısal sosyal sermaye bir ağın hem bağlayıcı hem de köprü kuran ağ türlerini temsil etmektedir (Harpham, 2008). Son olarak ise daha hızlı bireyler arası sosyal sermayenin yayılması ve daha kolay kaynaklara ulaşma konusunda uygun örgüt yapısının oluşturulması, yapısal sosyal sermaye açısından önemlidir. Bu üç açı sosyal sermayenin yapısal kısmının oluşmasına olanak tanımaktadır.

Kurallar ve prosedürler oluşturmak, yapısal sosyal sermayeyi ortaya çıkarmak için ilk adım olarak kabul edilir (Uphoff, 2000: 228). Sosyal sermayenin yapısal biçimleri ağlar ve dernekler gibi somut sosyal yapılarla ilgiliyken sosyal sermayenin bilişsel biçimleri, güven ve karşılıklılık normları gibi daha öznel veya somut olmayan unsurlarla ilgilidir (Zierschvd, 2005). Bireyler arası işbirliğine neden olan yapısal sosyal sermaye bireylerin herhangi bir iş konusunda ayırdıkları zamanı ve yatırımı azaltarak işlem maliyetlerinin azalmasına ve verimli sonuçlar elde etmesine yardımcı olur. Ayrıca yapısal sosyal sermaye hem örgütsel bağlam da hem de toplumsal bağlam da kolektif eyleme katkıda bulunur. Kolektif eylem ise toplum içerisinde bir güvenin oluştuğunu göstergesidir (Sampson, Raudenbush ve Earls, 1997). Yani yapısal sosyal sermaye dolaylı yoldan toplum içindeki şiddete engel olarak toplum düzeni sağlamaktadır.

Hem yapısal hem de kavramsal sosyal sermaye örgüt açısında önemli bir unsurdur. Yapısal sermaye bir bütün olarak kuruluşa ait olan sermayedir, yeniden üretilebilir ve paylaşılabilir. Ayrıca yapısal sermaye; örgütün sahip olduğu telif hakları, markalar, patentler ve ticari markalar gibi entelektüel sermaye ile örgüt kültürü, iletişim teknolojileri ve süreç kapasitesi gibi sahip olduğu alt yapıdır (Erkuş, 2006). Diğer bir tanımında ise yapısal sermaye işletme çalışanlarının verimliliğini

destekleyen donanım, yazılım, veri tabanları, organizasyonel yapı, patentler, markalar ve diğer benzer şeylerdir (Çetin, 2005). Kısacası Koç (2009) “yapısal sermayeyi geceleri eve gitmeyen bilgi” olarak tarif edilmektedir.

Teknolojik aletler firma için kurumsal yetenekleri geliştirerek sürekli rekabet etme fırsatları sunmaktadır. Fakat bu süreç içinde teknolojik aletlerle birlikte insanların düzenlemesi gerekmektedir. Tam da bu noktada örgütsel sosyal sermayenin birincil faydası olan örgütsel bir anlayış oluşturarak içerisinde örgüt içi istikrarı sağlar (Cohen ve Pursak, 2001: 28). Diğer bir ifade ile yapısal ve kavramsal sosyal sermaye örgüt içerisinde bir belli bir amaç ya da değerlerin şekillenmesinde hem de bu amaç ve değerlerin bir kurumun üyeleri arasında paylaşılmasında yardımcı olmaktadır (Tsai ve Ghoshal, 1998: 466). Ayrıca ilgi dolaşımını hem de ortaya çıkışını kolaylaştırarak firmanın performansında katkı sağlar (Sherif, Hoffman, ve Thomas, 2006).

2.4.2. Kavramsal Sosyal Sermaye

Nahapiet ve Ghoshal (1998) kavramsal sosyal sermayeyi değerler, inançlar, tutumlar, davranışlar ve sosyal normlara atıfta bulunan bilişsel sosyal sermaye ve bir topluluğun üyeleri arasında paylaşılan ve toplulukların ortak bir yarar için kolektif bir eyleme girişmeleri için koşulları oluşturan güven, dayanışma ve karşılıklılık gibi değerleri içinde barındıran ilişki sosyal sermaye olarak iki kısma ayırmıştır (Krishna ve Shrader, 1999). Sosyal sermayenin daha az somut tarafı kabul edilen kavramsal sosyal sermaye bu bölümde ilişki sosyal ve bilişsel olmak üzere iki kısımda incelenmiştir.

2.4.2.1. Bilişsel Sosyal Sermaye

Bilişsel sosyal sermaye kültür ve ideoloji, özellikle de işbirlikçi davranış ve toplu eyleme katkıda bulunan normlar, değerler, tutumlar ve inançlar ile güçlendirilmiş zihinsel süreçlerden ve ortaya çıkan fikirlerden kaynaklanır (Uphoff, 2000). Nahapiet ve Ghoshal’ın bilişsel boyut olarak adlandırdığı sosyal sermayenin ikinci boyutu, ortak hedeflerin ortak bir şekilde anlaşılmasını ve sosyal bir sistemde uygun hareket yollarını kolaylaştıran ortak bir kod veya ortak bir değerler dizisi şeklinde ifade eder (Tsai ve Ghoshal, 1998: 465). Dahası grubun ortak vizyonu ve

amacının yanı sıra kendine özgü dili ve derinden gömülü anlatıları ve kültürünü de içerir (Pearson, Carr ve Shaw, 2008: 957). Bilişsel ağ araştırmalarındaki bir diğer bakış ağların, bireylerin zihninde, karşılık gelen gerçek bağlar olmaksızın, “hayalet bağları” şeklinde “anılar, düşünceler ve arzular” olarak oluşturulabileceğini savunmaktadır (Kwon ve Adler, 2014: 414).

Bilişsel sosyal sermaye özünde ortak bir anlayış barındırır ve bu yolla kendini açıklamaya çalışır. Ortak bir vizyon paylaşımları, ağ üyelerinin hedeflerini, endişelerini ve algılarını ne derecede paylaştıklarını ifade eder. Dahası ortak hedefler ve faydalar doğrultusunda kaynak alışverişi ve kaynak birleştirmelerinin potansiyel değerlerini daha iyi görmelerine katkı sağlar (Lefebvre vd., 2016). Ortak söylemler ise ortak dil ve kodların varlığının ötesinde, araştırmacılar mitlerin, öykülerin ve metaforların topluluklarda zengin anlamlar yaratma, paylaşma ve koruma için güçlü birer araç olduğuna işaret eder (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 254).

Bir organizasyon içinde (özellikle büyük, karmaşık bir organizasyon), paylaşılan bir vizyon veya bir dizi ortak değer, bilişsel sosyal sermayeyi geliştirmeye yardımcı olur ve bu da tüm organizasyona fayda sağlayabilecek bireysel ve grup eylemlerini kolaylaştırır (Tsai ve Ghoshal, 1998: 465). Hem örgüt içerisinde hem de toplum içerisinde insanların veya çalışanların ortak bir bakış açısına sahip olmaları onların birbirlerine güvenini artırarak sık ve yoğun ilişkiler kurmalarına neden olur. Bu da toplum içinde güveni yükselterek riski azaltır ve yatırımcıların AR-GE çalışmalarına daha fazla yatırım yapmasına ve daha riskli ve daha radikal inovasyon projelerinin ortaya çıkmasına imkân sunmaktadır. Örgüt içerisinde ise güvenin yüksek olması yazılı sözleşmeler gibi ek giderleri azaltarak maliyetleri minimuma indirir. Dahası örgütte genel güven bireyleri daha farklı ve daha nitelikli insanları bir araya getirir (Kitapçı, 2008: 131).

Örgütte sosyal sermayenin bilişsel boyutu, inovasyonu artıran temel faktörler olarak değerlendirilir (Kaasa, 2009: 221). Çalışanların yerleşik bir güven temelinden oluşan ortak çevre ve ortak hedefleri doğrultusunda enformasyonun daha etkin şekilde yayılmasına destek olur (Cohen ve Poursak, 2001: 2008). Yani ağ üyeleri arasında var olan bu ortak anlayışın ağı bilgi paylaşımı etkililiğini artırır (Lefebvre vd. 2016). Bu da örgütün inovatif faaliyetten bulunmasına yardımcı olur.

2.4.2.2. İlişkisel Sosyal Sermaye

Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu, güven, normlar, yükümlülükler ve kimlik gibi kişisel ilişkiler yoluyla ortaya çıkarılan kaynaklardan oluşur (Nahapiet ve Ghoshal, 1998). Aynı zamanda karşılıklı saygı ve güven, ilişkisel yakınlık, beklentiler ve itibarla da ilgilidir (Adler ve Kwon, 2002) İlişkisel sermaye kişisel bağlar, işbirliği, iletişim ve ortak bir amaca bağlılık gibi davranışları etkileyen kolektif eylemlerde bireyler arasında benzersiz ve kalıcı bağlar yaratır (Mele, 2003: 8). Bireyin sahip olduğu ilişkisel sermaye onun kaynağı olarak kabul edilir. Bu kaynağın gücü ise ona yapılan yatırımlarından tarafından belirlenir. Yani bireyin diğer aktörlerle doğrudan veya dolaylı yoldan kurduğu ilişkiler onun ilişkisel sosyal sermaye seviyesini belirler (Suna, 2017). Ayrıca bu boyut saygı, dostluk ve muhabbet gibi bireyler arası oluşan davranışların etkilenmesine sebep olan özel ilişkilere odaklanır (Turgut ve Begenirbaş, 2014).

Sosyal sermaye, insanlar arası iletişimi oluşturmak ve ortaya çıkan faydadan yararlanmak için gerekli bir unsurdur (Hazleton ve Kennan, 2000). İlişkileri kurulmasında en değerli varlık olarak karşımıza güven kavramı çıkmaktadır. Güven üzerine yaptığı çalışmalarla tanınan Fukuyama dolaylı yoldan da olsa ilişkisel sosyal sermayede ayrı bir yer edinmektedir. Fukuyama güvenin oluşması için toplum tarafında bir takım ahlaki değerlerin paylaşılmasını şart koşarak” bir toplumda veya onun bazı bölümlerinde güven duygusunun hakim olmasından ileri gelen bir yeti “ olarak tanımlar (Fukuyama, 2005: 42). Bu açıdan güveni sosyal sermayenin kaynağı ve vazgeçilmez bir unsur olarak görmektedir (Fukuyama, 2001). Diğer taraftan güveni daha bireysel boyutta da tanımlayanlar vardır. Daha mikro bir açıdan güven bireylerin yaptıkları eylemlerin sonuçları herhangi bir olumsuzluğa sebep olmayacağına dair inanca sahip olmak şeklinde ifade edilir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 254). Güven sosyal yapı içinde insanlar arası ilişkilerin artmasına imkân oluştururken aynı zamanda aktörlerin ilişkisel sermayelerini de geliştirir. Aralarında yakın ilişkiler olan kişiler arasında bağlara dayanan ilişkisel sosyal sermaye daha büyük bağlantılar oluşturmada önemli bir rol oynar (Kale, Singh ve Perlmutter, 2000).

Örgütsel bağlamda güven ise küresel bir dünyanın her yerinde faaliyet gösteren uluslararası işletmeler açısından çok değerlidir. Bu işletmeler yerel ağlar ile bağ kurabilmeleri için sosyo-kültürel değerleri dikkate almak zorundadır. Bu açıdan Fukayama (2005) ABD, Almanya ve Japonya gibi ülkeler de faaliyet gösteren firmaların Tayvan, Hong Kong, Fransa, İtalya gibi daha az güvene sahip olan ülkeler de faaliyet gösteren firmalara nazaran daha çok sosyo-kültürel değere dikkat etmesi gerektiğini söyler Yani ilk olarak yerel bağdakilere güven vermesi gerekmektedir. Dahası işletmelerin çalışanları, müşterileri, tedarikçileri ve rakipleri ile kurduğu ilişkilerde ilişkisel sosyal sermayenin önemi büyüktür. İlişkisel sosyal sermayeleri yüksek pazar odaklı örgütlerin, müşterilerini güvenini kazanarak firma performansını artırmasında, girişimcilerin ilişkisel sermayeleri yoluyla resmi iş desteği ve rehberlik eksiklerini gidermesinde ve örgütler arasında güven temelli ittifaklarının oluşmasına kadar bir çok alanda ilişkisel sosyal sermayeleri destek olmaktadır (Kale, Singh ve Perlmutter, 2000; Lee, 2018; Langerak, 2003).

İlişkisel sosyal sermayenin diğer bir unsur ise normlardır. Sosyal yapı içinde birlikte yaşayan insanların kendi kendilerini yönettikleri veya başkaları ile iletişime geçmelerine olanak tanıyan yazısız kurallardır. İnsanların bir arada yaşamları için bir fikir birliğine varmalarına ve onların ortak hareket etmesine olanak tanıyan ortak dil ve kodların varlığının ötesinde, araştırmacılar mitlerin, öykülerin ve metaforların topluluklarda zengin anlamlar yaratma, paylaşma ve koruma için güçlü araçlar sunduğunu öne sürerler (Nahapiet ve Ghoshal, 1998; Woolcock ve Narayan, 2000: 3). Bununla beraber grup veya toplum için neyin doğru neyin yanlış olduğu konusunda bir uzlaşmaya varılmış olur. Örgütsel açıda da aynı durum gözlenmektedir. Bireyler arası paylaşılan normlar onların paylaşma davranışları üzerinde olum katı yaparak bilginin yayılmasını destekler (Hsu ve Hung, 2013). Ayrıca örgüt içi çıkan orta düzey bir çatışma bireylerin kendi grupları içindeki karşılıklılık normları ve beklentileri sayesinde birlikte hareket etme olanağı sağlar (Chang, 2016). Dahası normlar aktörlerin ilişkisel bağlarının güçlenmesine yardımcı olurken onlar arasında da güvenin meydana gelmesine katkı sağlar (Gerni, 2013: 21). Ayrıca normları kabul eden bireyler beraberinde bir takım yükümlülük ve beklentilerin altına da girmiş olurlar. Bu açıdan yükümlülük ve beklentileri gelecekte bazı eylemlerde bulunma

sözü veya görevini temsil eden bir olgu olarak tanımlanır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 255). Kısacası yükümlülük ve beklentilerde ilişkisel sosyal sermayenin önemli bir faktörü olarak kabul edilebilir.

İlişkisel sosyal sermayenin diğer önemli unsuru ise kimliktir. Kimlik bireylerin kendilerini başka bir kişi veya bir grup insanla bir bütün olarak gördükleri süreçtir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 256). Benzer şekilde kimliği, bir sosyal grubun tanımlayıcı özelliklerine göre kendi benlik anlayışı olarak tanımlanır (Chen ve Sharma, 2013). Aktörlerin kimlikleri, onların kim olduklarını, çevrelerindeki diğer insanlarla bağlantılarını nasıl yorumladıklarını ve sosyal durumlarda nasıl davranmaları gerektiğini anlamalarına yardımcı olur (Kramer, 2006). Topluluğun sosyal birliği ve beraberliği algısı, kişinin bilgiyi paylaşmak için aktifliğini yükseltecek ve paylaşılan bilginin derinliğini ve genişliğini artıracaktır (Akhavan ve Hosseini, 2015: 5). Aynı şekilde örgüt içinde kurulan kimlik anlayışı da bilgiyi birleştirme ve aktarmada bireylerin motivasyonunu etkileyen bir kaynak olarak görülür (Nahapiet ve Ghoshal, 1998). Diğer taraftan da örgüt içi grupların farklı kimliklere sahip olmaları bilgi paylaşımının önündeki önemli engelleri oluşturmaktadır (Chiu, Hsu ve Wang, 2006).

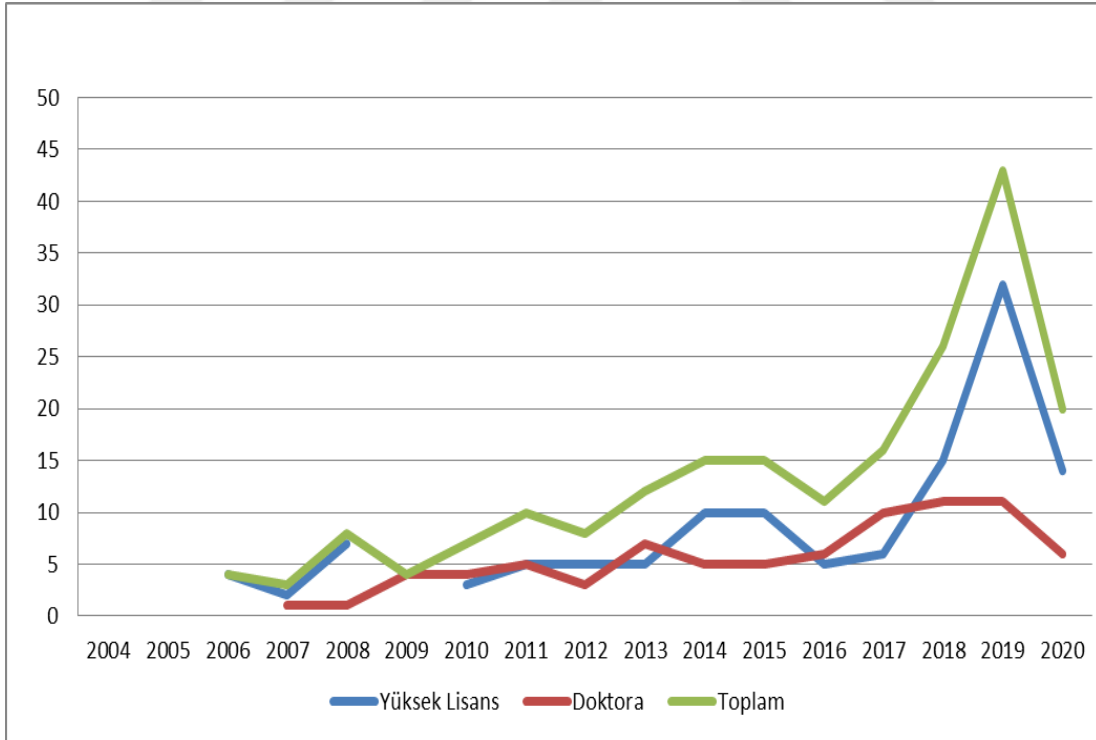
İlişkisel sosyal sermaye, bireylerin etkileşim tarihleri üzerinden birbirleri ile girmiş oldukları ilişkiler şeklinde tanımlanır (Mele, 2003: 8). Bu açıdan bireylerin başka bir kişi ile ilişkiye girmesi yukarıda dört unsur haricinde birbirlerini benimseme dereceleri, birbirlerine karşı tutumları, empati yapabilmeleri ve birbirlerine değer vermeleri gibi etkenlerde ilişkilerin kurulmasında güçlü bir etkiye sahiptir (Yay, 2018). Bundan dolayı bir bireyin sosyal sermayesi etkinliği o kişinin sahip olduğu ağın yapısının yanında birde ilişkilerinin kalitesi ile de ilgilidir. Örgütsel perspektifte ilişkilerin oluşmasına neden olan sosyal ağlar, örgüt içinde işlem maliyetlerini azaltarak çeşitli türlerdeki toplu eylemleri daha uygulanabilir ve karlı hale getirir. Özellikle inovasyon odaklı çalışan organizasyonlar veya örgüt içindeki inovasyon çalışanları diğerlerine göre ilişkisel sermayeleri daha önemlidir (Moran, 2005). Diğer taraftan da güçlü etkileşim ve güvenilirliğe dayanan stratejik birlikteliklerin yöneticilerin yönetsel yeterliliklerine fayda sağlamaktadır (Lee, 2009).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DEKİ SOSYAL SERMAYE ÇALIŞMALARI ÜZERİNE BİR LİTERATÜR TARAMASI

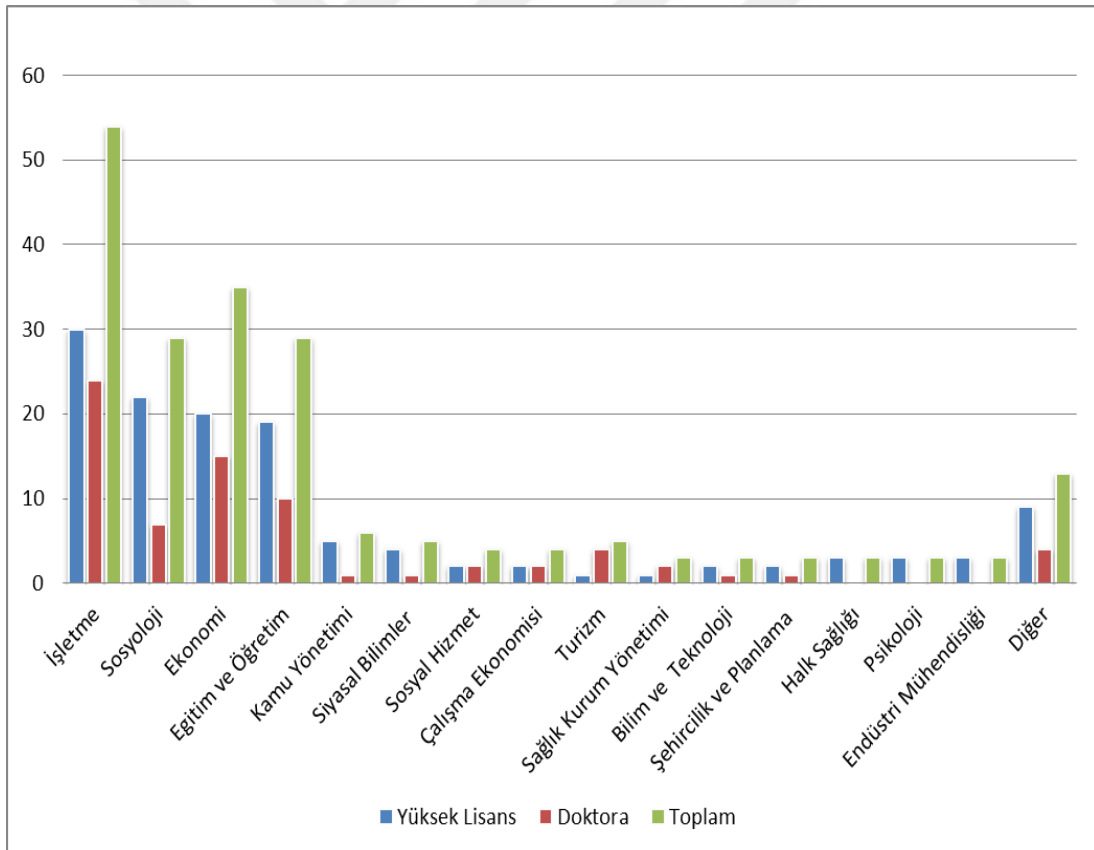
Sosyal sermaye literatürü hem yerel yazında hem de uluslararası yazında gün geçtikçe daha da çeşitlenmeye başlamaktadır. Bu çeşitlilik farklı bölümlerin sosyal sermaye ye olan ilgisinin artmasına ve bu sayede de çalışmaların nitelik ve nicelik bakımında daha da yükselmesine neden olmaktadır. Bu yüzden bu bölümde öncelikle sosyal sermayenin yerel yazında yıllara göre ve bölümlere göre nicelik ve orantısal bir incelemesi yapılarak daha sonra yerel yazındaki çalışmalar incelenmiştir. En sonunda da uluslararası yazında, daha çok değer görmüş bazı çalışmalar incelenecektir.

Tablo 3.1. Yıllara göre sosyal sermaye çalışmaları.



Türkiye’de 12.01.2020 tarihinde sosyal sermaye adına Ulusal Tez Merkezine kayıtlı 203 tez bulunmuştur. Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi ilk çalışma 2004 yılında yüksek lisans tezidir. 2005 yılında hiç çalışma yapılmamışken 2006’da 4 yüksek lisans, 2007’de 2 yüksek lisans 1 doktora, 2008’de 7 yüksek lisans 1 doktora, 2009’da 4 doktora, 2010’da 3 yüksek lisans 4 doktora, 2011’de 5 yüksek lisans 5 doktora, 2012’de 5 yüksek lisans 3 doktora, 2013’de 5 yüksek lisans 7 doktora, 2014’de 10 yüksek lisan 5 doktora, 2015’de 10 yüksek lisan 5 doktora, 2016’da 5 yüksek lisans 6 doktora, 2017’de 6 yüksek lisans 10 doktora, 2018’de 15 yüksek lisans 11 doktora, 2019’da 32 yüksek lisans 11 doktora ve 2020’de 14 yüksek lisans 6 doktora çalışması yapılmıştır.

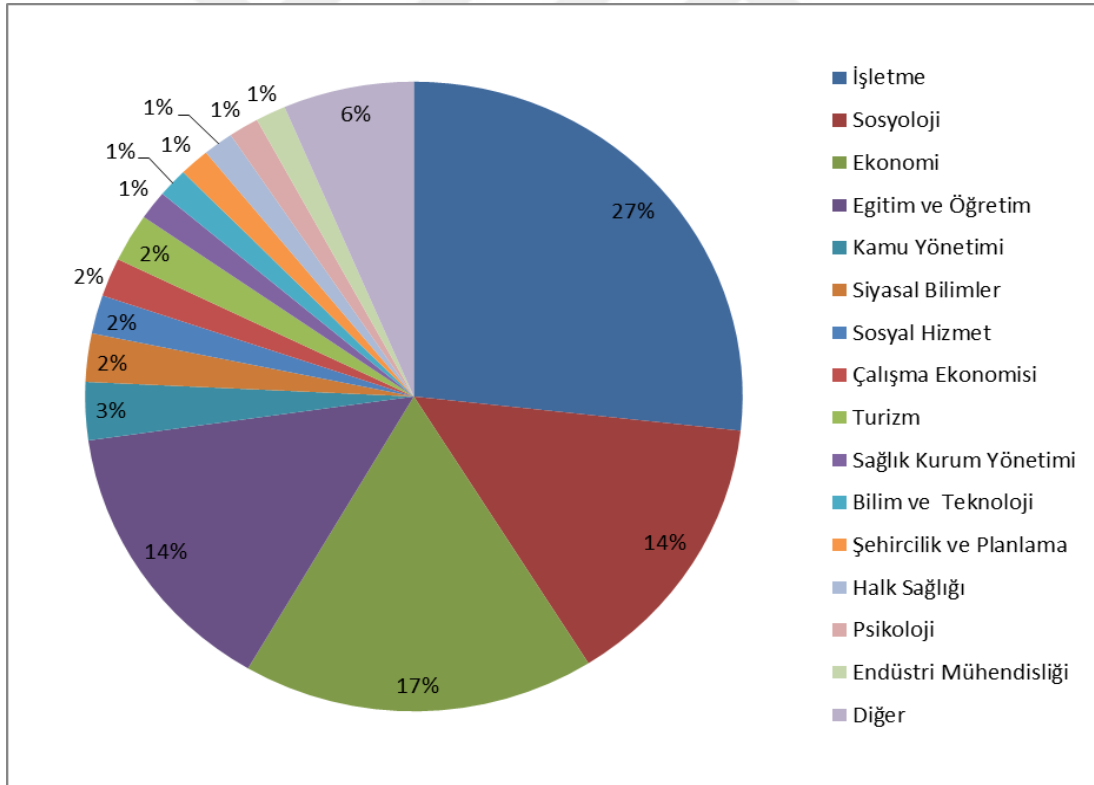
Tablo 3.2. Bölümlere göre sosyal sermaye çalışmaları.



Tablo 3.2’de görüldüğü gibi bölümler bazında sosyal sermaye çalışmaları incelenmiştir. Yukarıdaki tabloya göre İşletme 30 yüksek lisans 24 doktora, Sosyoloji 22 yüksek lisans 7 doktora, Ekonomi 20 yüksek lisans 15 doktora, Eğitim

ve Öğretim 19 yüksek lisans 10 doktora, Kamu Yönetimi 5 yüksek lisans 1 doktora, Siyasal Bilimler 4 yüksek lisans 1 doktora, Sosyal Hizmet 2 yüksek lisans 2 doktora, Çalışma Ekonomisi 2 yüksek lisans 2 doktora, Turizm 1 yüksek lisans 4 doktora, Sağlık Kurumları Yönetimi 5 yüksek lisans 1 doktora, Bilim ve Teknoloji 2 yüksek lisans 1 doktora, Şehircilik ve Planlama 2 yüksek lisans 1 doktora, Halk Sağlığı 1 yüksek lisans 1 doktora ve 1 uzmanlık tezi, Psikoloji 3 yüksek lisans, Endüstri Mühendisliği 3 yüksek lisans ve diğer kısmında ise Uluslararası İlişkiler 2 yüksek lisans, Gazetecilik 2 doktora, Mimarlık 1 doktora, Din 1 doktora, Bankacılık 1 doktora, Ziraat 1 yüksek lisans, Ekonometri 1 yüksek lisans, Bilgi ve Belge Yönetimi 1 yüksek lisans, Sivil Havacılık 1 yüksek lisans ve Coğrafya 1 yüksek lisans alanında çalışmalar yapılmıştır.

Tablo 3.3. Sosyal sermayenin bölümlere göre yüzdesel dağılımı.



Tablo 3.3'te sosyal sermayenin yerel yazında ve bölümler bazında yüzdesel katkıları görülmektedir. Tablo 3.3'e göre İşletme bölümünün %27'lik oranı ile yazına en çok katkı yapan bölüm olarak göze çarparken, Ekonomi %17'lik katkısı ile

ikinci en büyük katkıyı sunmaktadır. Sosyoloji ve Eğitim ve Öğretim bölümleri %14'lük katkısı ile yazına üçüncü en çok katkıyı yapmaktadır. Ayrıca Kamu Yönetimi %3'lük; Siyasal Bilimler, Sosyal Hizmet, Çalışma Ekonomisi, Turizm yazına %2'lik Sağlık Kurum Yönetimi, Bilim ve Teknoloji, Şehircilik ve Planlama, Halk Sağlığı, Psikoloji, Endüstri Mühendisliği ise yazına %1'lik bir katkı sunmaktadır. Diğer kısmında ise yazına %6'lık bir katkı yaptığı görülmektedir.

3.1. Yerel Literatür

Sosyal sermaye üzerine 2004 yılında bu zamana kadar yapılmış 203 çalışma bulunmaktadır. Fakat bu çalışmada örgütsel bağlamda şirket yöneticilerinin sosyal sermaye türleri açısından ele alınmaya çalışılmış 37 çalışma incelenecektir.

Mısırdalı (2006) çalışmasında örgüt içinde bilgi paylaşım davranışı üzerinde sosyal sermayenin etkisini incelemiştir. Araştırmasını Kütahya Porselen A.Ş.' de çalışan 50 kişi üzerinde nicel bir yöntem ile gerçekleştirmiştir. Anket soruları için Chay ve arkadaşları tarafından hazırlanan bir ölçek kullanılmıştır. Elde edilen veriler ise SPSS 10 paket programı ile analize tabi tutmuştur. Araştırma sonucuna göre ise bireylerin örgüte karşı duydukları güvenin artması, örgütsel normların benimsemeleri, çalışanların ağ yapılarına ve topluluklara dahil olmaları onların bilgi paylaşım faaliyetleri üzerine olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşmıştır (Mısırdalı, 2006).

Özdemir (2007) çalışmasında sosyal sermaye ve bilgi yaratma arasındaki ilişkiyi, akademisyenler üzerinde incelemiştir. Araştırmasında Türkiye'nin en iyi ve en kötü üniversitelerinde 598 kişi üzerinde nicel bir yöntemle çalışma gerçekleştirmiştir. Anket soruları için Johnson (1996) McAllister (1995) Güven ölçeği; bağın gücünü ölçmek için Hansen (1999) zayıf ve güçlü bağlar ölçeği; Michael & Yukl (1993) ve Forret & Dougherty (2001, 2004) ağ kurma davranışları ölçeği ve Dünya Değerler Araştırmasından yararlanmıştır. Akademisyenlerin genel güven yüksek düzeydeyken mesleki ilişkilerinin olduğu ağ yapılarına güveni yüksektir. Bundan dolayı da mesleki örgütlere bağlantıları daha fazladır. Üniversitelere arasında erkeklerin kadınlardan daha fazla zayıf bağlara sahipken

bölümler arasında fen bilimlerinin sosyal bililere göre daha zayıf bir yapıya sahiptir. Genel olarak bilgi yaratma sürecinde sosyal sermayenin etkisi çalışma alanına ve çalışma kültürüne göre değiştiği sonucuna ulaşmıştır (Özdemir, 2007).

Ergin (2007) yaptığı çalışması ile işletme sahip ve yöneticilerinin sosyal sermaye seviyelerinin belirlemeye çalışmıştır. Araştırmasında Konya OSB’lerde faaliyet gösteren 127 firma yöneticisinden nicel bir yöntem kullanılarak veriler toplanmıştır. Anket soruları Svendzen ve Hjollund (2000) ve Hudson ve Chapman (2002) çalışmalarından yararlanarak hazırlanmıştır. Elde edilen verileri SPSS 12 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre Konya’daki firma yöneticilerin çoğunun mesleki bir gönüllü kuruluşa üye olması ve diğer insan ve kurumlara duyduğu güven seviyelerinin yüksek olmasından dolayı yöneticilerin sosyal sermaye düzeylerine olumlu katkılar sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca yöneticileri yakın çevre ile kurduğu güçlü güven ilişkileri onları bağlayıcı sosyal sermayeleri artırmalarına neden olurken zamanla kendi içlerine dönük bir ilişkiye dönmesi onların genel sosyal sermaye düzeyleri üzerinde olumsuz etki yaptığı sonucuna ulaşmıştır (Ergin, 2007).

Keskin (2008) çalışmasında yerel ekonomilerin kalkınması üzerinde firmaların etkisinin incelemiştir. Araştırmasında Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası (ETSO) üye olan firmalarda çalışan 309 kişiye nicel bir yöntem kullanarak verilerini toplamıştır. Anket soruları için Dünya Bankasının yaptığı Dünya Değerler Anketinden yararlanmıştır. Elde edilen verileri SPSS ile paket programı ile analiz etmiştir. Araştırma sonucuna göre ise çalışanların ETSO ve diğer kurumların düzenledikleri seminer, konferans gibi mesleki eğitim toplantılarına katılımın düşük olması onların sosyal sermaye seviyeleri üzerinde olumsuz etkileri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde özellikle çalışanların eğitim seviyelerinin ile sosyal sermayeleri arasında doğrusal bir ilişki olduğu sonucuna da ulaşmıştır. Ayrıca firmaların kurumlara olan güvenin az olması ve firmaların birbirleri ile ilişkilerinin yeterince gelişmemesinden dolayı firmaların sosyal sermaye düzeyleri orta seviyede olduğu sonucuna ulaşmıştır (Keskin, 2008).

Karabey (2009) girişimcilik fırsatlarının tanımlanmasında bireysel faktörler üzerinde sosyal ve beşeri sermayenin etkisini incelemiştir. Araştırmasının Gaziantep Sanayi Odası'na kayıtlı 246 firma yönetici üzerinde nicel bir yöntem ile verileri toparlamıştır. Anket sorularını hazırlamak için Özgen ve Baron (2007)'in çalışması ve literatürdeki diğer çalışmalardan yararlanarak hazırladığı girişimci fırsatlar ölçeği; Tsai ve Ghoshal (1998) ve Liao ve Welsch (2005) yararlanarak hazırladığı yapısal ve ilişkisel sosyal sermaye ölçeği ve Liao ve Welsch (2005)'in çevresel elverişlilik ölçeklerini kullanmıştır. Araştırma sonucuna göre ağ genişliği ve ilişkisel sosyal sermayeleri yüksek olan girişimcilerin bilgi birikimleri yüksek olmasından dolayı girişimcilerin bilgi düzeyleri ve girişimcilik fırsatları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit etmiştir. Aynı zamanda ilişkisel sosyal sermaye ile girişimcilik fırsatı arasında da anlamlı ve pozitif bir ilişki varken ilişkisel sosyal sermaye girişimcinin bireysel yetkinliğini de olumlu etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Diğer taraftan yapısal sosyal sermayenin girişimcilik fırsatları üzerinde bir etkisi olduğu sonucuna ulaşamamıştır. Ayrıca girişimcinin elverişsiz girişimcilik ortamları onları farklı ortamlara ulaşarak değişik bilgilere ulaşmasını ve dolaylı yoldan girişimcilik fırsatları üzerinde olumlu etki yatığı sonucuna ulaşmıştır (Karabey, 2009).

Paşamehmetoğlu (2010) kültürel değerlerin firmaların içsel ve dışsal sosyal sermayeleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmasını Ankara Mobilyacılar Sitesi ve Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi (OSTİM) sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren şirket sahibi ve üst düzey yöneticileri üzerine gerçekleştirmiştir. Bu bölgede kartopu örneklem yöntemi ile 204 yöneticiye yüz yüze anket yaparak verileri toplamıştır. Anket soruları için literatürdeki çalışmalardan INDCOL ölçeği, içsel ve dışsal sosyal sermaye ölçeği, güven ölçeği ve yerleşiklik ve mesafeli ilişkiler ölçeği kullanmıştır. Elde edilen veriler LISREL 8.51, UCINET 6 ve SPSS 15 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda Siteler ve OSTİM'deki firmalar sosyal sermaye elde etmek içinde yakın bağlarından faydalandığı fakat iş ilişkilerinde yerleşik ilişkiler yerine daha uzak ağları tercih ettiği sonucuna ulaşmıştır. Bunun sebebi olarak ise her iki bölgedeki firmaların birbirlerine ilişkisel güven duymakta olduklarından kaynaklandığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca her iki bölgede de dışsal sosyal sermaye oranlarının çok düşük olduğunu görmüştür.

Kültürel değerler bağlamında ise yatay bireycilik ile dışsal sosyal sermaye arasında ve dikey toplulukçuluk ile duygusal güven anlamlı ve pozitif bir ilişki oldu fakat diğer birçok faktör ile ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır (Paşamehmetoğlu, 2010).

Çalışkan (2010) yaptığı çalışmasında firmaların yenilikçilik süreçlerinde ve yerel bağlantılarında sosyal sermayenin rolünü araştırmıştır. Araştırmasında Burdur ilinde faaliyet gösteren 36 firmanın iş sahibi, ortakları ve yöneticileri üzerinde nicel bir yöntem kullanarak verilerini toplamıştır. Anket soruları için Oğuztürk'ün (2003) yenilikçilik ölçeği, Erselcan'ın (2009) sosyal sermaye ölçeği kullanarak hazırlamıştır. Yöneticilerin büyük çoğunluğunun insanlara duyduğu güven seviyesinin çok düşük olmasından dolayı özellikle iş ilişkilerinde akraba ve dost bağlarından uzak duran bir yapı benimsenmiştir. Ayrıca firmalar dışsal sosyal sermaye konusunda da büyük çoğunluğu Ticaret ve Sanayi Odaları hariç herhangi bir gruba üyeliklerinin olmadığı ve yenilikçilik faaliyetleri konusunda sadece firma içindeki bilgi ve çalışan tecrübesinden beslendiği sonucuna ulaşmıştır. Dahası firmalar bilgi elde etmek için diğer firmalarla işbirliği yapmadığı gibi üniversiteler ve TÜBİTAK gibi kurumlarla bir ilişkiye girmediği ve firmaların birleştiren sosyal sermayelerini genel olarak kullanmadıklarının sonucuna ulaşmıştır (Çalışkan, 2010).

Karakayacı (2011) çalışmasında sanayi kümelerinde firmaların veya kümelerin sosyal sermaye potansiyelleri ile firmaların yenilikçi ve ekonomik performansları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma Ankara ve Konya Makine Sanayi Kümelerinde bulunan 170 firma üzerinde anket ve derinlemesine mülakat yöntemi kullanarak gerçekleştirmiştir. Anket ve mülakat soruları için sosyal sermaye, girişimcilik, yenilikçilik ve sosyal ağ yapıları üzerine yapılan literatürdeki çalışmalardan faydalanarak hazırlamışlardır. Elde edilen verilen sosyal ağ analizi ve bazı istatistiki analizler yardımıyla incelenmiştir. Araştırma sonucunda Ankara'daki farklı sosyal yapılardan oluşan OSB kurulan yeni firmalar yenilikçi faaliyetlerde daha çok bulunurken, Konya homojen bir yapıya sahip olan OSB'deki eski firmalar daha çok yenilikçi faaliyette bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Her iki bölgedeki firmalar içinde enformel yoldan elde edilen bilgilerinde yenilikçilik faaliyetlerinde ve ekonomik performans üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Diğer taraftan

Ankara’da küme içindeki firmalar için eğitim düzeyi çok önemliken Konya’daki küme içindeki firmalar için sosyal ağları daha çok önemli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Dahası Ankara’daki firmalar üyesi oldukları grupların onların yenilikçi faaliyetlerine katkı yapmazken, Konya’daki üye grupların yenilikçi faaliyetlere etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu bölgelerde küme içerisindeki ana firmalar kümedeki diğer firmaların bilgiye ulaşma konusunda köprü görevi görürler. Ayrıca yenilikçi faaliyet ve ekonomik performansları için üniversite-araştırma kurumları ve sektörün lider firmalarla işbirliklerine girişirler (Karakayacı, 2011).

Ergincan (2012) Türkiye’deki KOBİ’lerin dönüşüm süreçlerindeki sosyal sermayenin rolünü incelemiştir. Araştırmasında İstanbul’da metal işleme sektöründe faaliyet gösteren Yılmaz Redüktor’ün dönüşüm sürecinde sosyal sermayeyi rolünü şirket ortak ve yöneticiler üzerinde araştırmıştır. Araştırmasında nicel ve derinlemesine mülakat yöntemi ile gerçekleştirmiştir. Anket soruları için Wee-Liang (2003)’in sosyal sermaye ölçeğinden faydalanarak hazırlanmıştır. Araştırma sonucunda eğitim düzeyleri daha yüksek olan ortakların daha farklı ve zayıf ağlara sahip olurken eğitim seviyesi düşük olan ortağın bu farklı ağları boş ve gereksiz gördüğü ve tanımadığı sosyal gruplara katılması yerine ortaklar arası güçlü bağlarla bağlı güven temelli ilişkilerin öneli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yine eğitim seviyesi düşük olan yönetici diğer insanlara güven konusunda ve diğer insanlarla ilişki konusunda da diğerlerine göre daha zayıf olduğu sonucuna ulaşmıştır (Ergincan, 2012).

Turgut (2013) sosyal sermaye ve yenilikçi iklim arasındaki ilişki ve bu ilişkide örtülü bilgi paylaşımı davranışının aracılık etkisini incelemiştir. Kütahya ilinde faaliyette bulunan 4 kamu ve özel hastaneleri üzerinde çalışmasını yapmıştır. Araştırması için nicel yöntem kullanarak 398 çalışandan verileri toparlamıştır. Anket soruları için Göksel, vd. (2010) tarafından Türkçeye uyarlanan sosyal sermaye boyutları ölçeği; Bock vd. (2005) tarafında geliştirilen ve Göksel, vd. (2010) tarafından Türkçeye uyarlanan bilgi paylaşımı davranışı ölçeği; Nybakk, vd. (2011) tarafından hazırlanan yenilikçilik iklimi ölçeklerinden faydalanmıştır. Yapılan araştırmalar sonucu elde edilen veriler SPSS, AMOS ve YEM programları yardımıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda sosyal sermaye ile örtülü bilgi

paylaşımı arasında ilişkisel sosyal sermaye açısından güçlü ve pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. İlişkisel sosyal sermayenin ve yenilikçilik arasında güçlü ve pozitif olduğu bilişsel sosyal sermaye ve yenilikçilik arasında herhangi bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Yapısal ve bilişsel sosyal sermaye ve yenilikçilik arasında örtülü bilgi paylaşım davranışının aracılık rolü üstlenmezken ilişkisel sosyal sermaye açısından tam aracılık rolü üstlendiği sonucuna ulaşmıştır (Turgut, 2013).

Turan (2013) sosyal sermayenin bilgi paylaşım tutumları üzerine etkisini ve bu etkide çalışan bireylerin motivasyonlarının aracılık rolünü incelemiştir. Araştırmasında Türkiye’de Telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren en büyük 4 firmanın beyaz yakalı çalışanların üzerinde nicel yöntem kullanarak veriler elde etmiştir. Anket soruları için literatürdeki birçok çalışmadan faydalanarak bilgi paylaşım ölçeği motivasyon ölçeği ve sosyal sermaye ölçeği hazırlamıştır. Elde edilen veriler SPSS 16 ile analiz edilerek şu sonuçlara ulaşmıştır. Çalışanların sosyal sermayeleri bazı alt faktörleri bilgi paylaşım tutumlarını çok az etkilerken güven, karşılıklılık normu gibi bazı alt faktörleri çalışanın bilgi paylaşım tutumu üzerinde orta düzeyde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca sosyal sermaye ve motivasyon arasında orta düzeyde bir anlamlı ilişki var iken motivasyonun bilgi paylaşım tutumunu arasında düşük düzeyde bir ilişki olduğu sonucuna da ulaşmıştır. Genel olarak ise sosyal sermaye ve bilgi paylaşım tutumu arasında içsel ve dışsal motivasyonun da kısmi aracılık ettiği sonucuna ulaşmıştır (Turan, 2013).

Akyazı (2014) Aksaray ilinde firma yöneticileri üzerinde sosyal sermaye ve sosyal ağ yapılarının iç girişimcilik üzerine etkilerini incelemiştir. Verileri toplamak için nicel bir yöntem belirleyerek Aksaray’da vergi sıklamasında ilk 100’de yer alan 49 işlemenin yöneticileri üzerinde çalışmasını gerçekleştirmiştir. Anket soruları için Newman’ın (2003) ve Jaafar ve diğ.’nin (2009) çalışmasından sosyal ağ ölçeğini; Karagül ve Masca’nın (2005), Özen ve Aslan’ın (2006) ve Sargut’un (2006) çalışmalarından sosyal sermaye ölçeği; Antoncic ve Antoncic’in (2011) iç girişimcilik ölçeğinden faydalanmıştır. Anketler sonucunda 98 kişiye ulaşarak elde edilen veriler SPSS 20 ve UCINET 6 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda ise sosyal sermayenin alt faktörü olan

kurumsal güvenin iç girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki varken diğer alt faktörü olan kişilerarası ve STK'lara güvenin iç girişimcilik ile bir ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Sosyal sermayenin diğer alt faktörleri ile iç girişimcilik arasındaki ilişkiden dolayı genel olarak kısmi bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca sosyal ağın alt faktörleri olan arasındalık, derece merkeziliği ve yakınlığının iç girişimcilik üzerinde olumlu ve anlamlı ilişkisi olduğunu tespit etmiştir (Akyazı, 2014).

Sarı (2015) çalışmasında Türkiye'de Borsa İstanbul'da (BIST) işlem gören ve bir işletme grubuna bağlı olan firmalar üzerinde sosyal sermaye ve finansal performans arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkide uluslararası çeşitlenmenin aracılık rolünü incelemiştir. Araştırmasında 74 firma hakkında Kamuyu Aydınlatma Platformunda yayınlanan faaliyet raporları, firmaların mali tabloları ve internetten elde ettikleri ikincil kaynaklardan veri toparlamıştır. Verilerini yapısal eşitlik modeli ile analize tabi tutmuştur. Araştırmasında sosyal sermayeye merkeziyet derecesi ve bağın gücü üzerinden ölçümlenmiş ve firmaların ticari ilişkilerdeki ve yönetim kurulu üyesi ilişkilerindeki merkeziyet derecesinin artması onun işletme performansına pozitif katkı yaptığı fakat uluslararası çeşitlenme üzerine etki yapmadığı sonucuna ulaşmıştır. Aynı şekilde güçlü bağlarında uluslararası çeşitlenme ve finansal performansa etkisinin olmadığı sonucuna ulaşırken de uluslararası çeşitlenmenin sosyal sermaye ve finansal performans arasında aracılık etkisi yapmadığı sonucuna ulaşmıştır (Sarı, 2015).

Büyüksaraç (2015) sosyal sermayenin bilgi paylaşımına yönelimiyle firma performansın üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışmasında Türkiye'deki telekomünikasyon sektöründe beyaz yakalı pozisyonunda çalışan 281 kişi üzerinde nicel bir yöntem ile verileri toparlamıştır. Anket soruları için Hooff ve Huysman (2009) sosyal sermaye ölçeği, Vij ve Farooq (2014) bilgi paylaşım ölçeği ve literatürdeki çeşitli sorulardan yararlanarak hazırladığı şirket performans ölçeğinden yararlanmıştır. Elde edilen verileri IBM SPSS AMOS 22.0 yazılımı kullanarak analiz etmiştir. Araştırma sonucunda ise bilgi paylaşımın şirket performansına olumlu etkisi olduğu, bilgi paylaşımına ise ilişkisel sosyal sermayenin olumlu bir etkisi olduğu sonucuna ulaşırken, yapısal ve bilişsel sosyal sermayenin etkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır (Büyüksaraç, 2015).

Küçükkaban (2015) çalışmasında girişimsel yönelim, yenilikçilik ve sosyal sermaye olgularının firmaların performanslarına etkisini incelemiştir. Bu araştırma için İstanbul'da bulunan üç Organize Sanayi Bölgesi ve Gebze Organize Sanayi Bölgesinin nicel bir yöntem ile 154 firmadan verileri toparlamıştır. Anket için literatürdeki çalışmalardan yararlanarak girişimsel yönelimi ölçeği, yenilikçilik ölçeği, sosyal sermaye ölçeği ve firma performans ölçeği hazırlayarak kullanmıştır. Elde edilen verileri SPSS 16 programı ile analiz ederek şu sonuçlara ulaşmıştır. Girişimsel yönelimin agresif rekabetçi alt boyutu hariç diğer bütün boyutları ile sosyal sermayenin alt boyutları arasında anlamlı ve yüksek ilişkisi olduğunu tespit etmiştir. Diğer bir sonuçta girişimsel yönelimi ve sosyal sermayenin ilişkisel ve bilişsel boyutları yenilikçilik üzerinde olumlu ve yüksek ilişkisi varken yapısal boyutunun olumlu ama az bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Son olarak ise girişimsel yönelimin, sosyal sermaye ve yenilikçiliği firmaların hem finansal hem de yenilikçilik performansları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır (Küçükkaban, 2015).

Gündoğdu (2015) üst düzey firma yöneticilerinin sahip olduğu iş ağları ve sosyal sermayelerinin firmanın yenilikçilik faaliyetleri ve uluslararasılaşma üzerine etkisini incelemiştir. Araştırma için merkezi İstanbul da bulunan ve uluslararası faaliyette bulunan 200 firmanın sahibi ve üst düzey yöneticileri ile derinlemesine mülakat yapmıştır. Mülakat soruları için literatürde bulunan sosyal sermaye çalışmalarından yararlanarak hazırladığı sosyal sermaye ölçeği, Covin ve Slevin (1989) ve Janssen (2005)'in yararlanarak hazırladığı yenilikçilik ölçeğinden faydalanmıştır. Araştırma sonucunda yöneticilerin, ilişkisel ve bilişsel sosyal sermayeleri firmanın yenilikçilik faaliyetleri üzerinde olumlu ve anlamlı etkileri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Özellikle ilişkisel sosyal sermayenin firmanın güçlü bağ gücünü azaltarak yenilikçiliğe daha büyük katkı sağladığını bulmuştur. Diğer taraftan firmaların girişmiş oldukları yeni iş ağları onların yenilikçilik faktörlerine çok az etki yaparken firmaların yeni pazarlara girmelerine yardımcı olduğunu saptamıştır. Dahası firmaların yakın çevresi ile kurduğu güven temelli ilişkiler onlar arasında norm ve ortak değerlerin oluşmasına katkı sağlayarak bilgi akışına sebep olacaktır.

Fakat firmaların uluslararası kurduğu zayıf ilişkilerinde ise hem iş ağlarının hem de sosyal sermayesinin etki etmediği sonucuna ulaşmıştır (Gündoğdu, 2015).

Öztopcu (2016) çalışmasında küçük ölçekli firma girişimcileri ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi incelemiştir. İstanbul'un Maltepe, Kartal ve Kadıköy ilçelerindeki bulunan küçük ölçekli 65 firmadan verilerini anket yöntemiyle toplamıştır. Elde edilen veriler SPSS 23 kullanılarak analiz etmiştir. Analiz sonucuna göre küçük ölçekli firmalarda bulunan girişimcilerin girişimcilik faaliyetleri ile sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki bulmuştur. Girişimciler finansal destek, işgücü, tedarik ve bilgiye ulaşım gibi konularda öncelikli norm ve güven temelinde kurulan güçlü ilişkileri tercih ettiklerini ulaşamadıkları zaman zayıf bağı yöneldikleri sonucu ulaşmıştır (Öztopcu, 2016).

Tuncay (2016) çalışmasında işletmelerin benimsedikleri liderlik tarzları ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmayı Konya ilinde inşaat sektöründe faaliyet gösteren orta ve üst yönetimden olan 116 kişiden nicel bir yöntem ile verileri toplayarak gerçekleştirmiştir. Elde edilen bulgular SPSS 15 paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda yöneticilerin etkileşimci liderlik tarzlarından daha çok dönüşümcü liderlik tarzını benimsediğini bulmuştur. Ayrıca dönüşümcü liderlik ile yapısal, bilişsel ve ilişkisel sosyal sermayenin arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmış fakat etkileşimci liderlik sosyal sermayenin boyutları arasında pozitif bir ilişki tespit edememiştir (Tuncay, 2016).

Özer (2016) çalışmasında firmaların sahip oldukları güçlü ve kapalı ilişkilerin zamanla değişim sürecini incelemiştir. Araştırmasında ISO 500'e girip TUSKON, MÜSİAD, TÜMSİAD ve ASKON gibi İslami yapılara üye olan 40 şirket üzerinde gerçekleştirerek ikincil veri kaynaklarında veri toplamıştır. Elde edilen bilgiler UCINET 6.0 programı ile analiz etmiştir. Araştırma sonucunda 2000 sonrasında İslami şirketlerin kurdukları ilişkilerin yoğunluk azalmış ve bunu yerine bu şirketlerin ağı genişleyerek farklı dernek ve vakıflara olan üyelikler arttığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca İslami şirketlerdeki aktörlerin eskiye göre yapısal boşlukları daha çok kullanarak aracılık faaliyetlerinde daha etkin olduğu sonucuna ulaşmıştır (Özer, 2016).

Alan (2017) çalışmasında firmalardaki kadın üst yöneticilerin sosyal sermayeleri ve sosyal ağ ilişkilerini incelemiştir. Araştırmasında 2014-2016 yılları arasında BİST-100'e kayıtlı firmalarda yönetim kurulu üyesi olarak çalışan 70 kadın yönetici hakkında ikincil veri kaynakları kullanarak verilerini toparlamıştır. Elde edilen verilerini UCINET 6.0 ve Microsoft Excel programı kullanarak sosyal ağ haritasını oluşturmuş ve bu harita üzerinden inceleme yapmıştır. Araştırma sonucunda yönetici kadınların sadece kadınlardan oluşan bağlayıcı sosyal sermayeleri onların kariyer gelişiminde az etkisi olurken köprü kuran sosyal sermayelerin daha çok fayda sağlamaktadır. Daha az yoğunlukta olan bağların kadınlar için daha faydalı olduğu ve bunun da kadın yöneticilere daha fazla yapısal boşluk ve aracılık fırsatı sağlayacağı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca kadınların kariyer gelişimlerinde biçimsel olmayan ağlarını daha çok kullandıkları sonucuna da ulaşmıştır (Alan, 2017).

Hamad (2017) çalışmasında sosyal sermayenin kurumlardaki operasyonel performans etkisi incelemiştir. Çalışmada Irak'ın Erbil şehrindeki ticari bankalarda görev yapan üst, orta yönetici ve idari personeller üzerinde nicel bir yöntem kullanarak 111 kişiden veri toparlamıştır. Anketler sonucu elde edilen veriler sonucu sosyal sermayenin yapısal ve ilişkisel sermayesinin operasyonel performansa daha fazla etkisinin olmasının yanında bilişsel sosyal sermayenin de operasyonel performans üzerinde olumlu etkilerinin olduğu sonucuna ulaşmıştır (Hamad, 2017).

Suna (2017) çalışmasında otel işletmelerinin sahip ve yöneticilerinin sosyal ağları ile müşteri temini arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu araştırma için Gaziantep ilinde bulunan bütün otellerde nicel bir yöntem ile 174 anket verisi elde etmiştir. Anket için Putnam (2000), National Statics (2001), Onyx ve Bullen (2000) ve Orschot vd.(2006) elde ettiği sosyal ağlar ve sosyal sermaye ölçeklerinden yararlanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 21 ve SPSS AMOS 6 paket programları kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların eskiden beri sahip oldukları yakın arkadaş, dost ve aile bireylerinin oluşturduğu informel ve güçlü bağlar müşteri temininde daha çok etkilidir. Mesleki eğitim alan otel sahip ve

yöneticileri ise hem yakın çevre hem de iş çevresinden müşteri temini konusunda faydalar elde ettiği sonucuna ulaşmıştır (Suna, 2017).

Konak (2018) otel işletmeleri üst yöneticilerinin dışsal sosyal sermayeleri ve işletme performansı arasındaki ilişki ve bu ilişkide rekabet stratejilerinin aracılık rolünü incelemiştir. Bu çalışma için Antalya ve İstanbul'da bulunan beş yıldızlı otellerin üst yönetiminden 300 kişiye ulaşarak anket yapılmıştır. Anket için Dai ve diğerleri'nin (2015) dışsal sosyal sermaye ölçeği, Denison ve Mishra'nın (1995) işletme performans ölçeği ve Porter'ın rekabet stratejisi temel alınarak hazırlanmış rekabet stratejisi ölçeğinden yararlanılmıştır. Nicel yöntemle elde edilen veriler SPSS programıyla analiz edilmiştir. Analiz sonucuna göre ise otel yöneticilerinin dışsal sosyal sermayelerinin işletme performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir sonucuna ulaşırken dışsal sosyal sermayenin alt boyutu olan ağ büyüklüğü ile işletme performansı arasında bir ilişki bulunamamıştır. Dahası dışsal sosyal sermayenin işletme performansına etkisinde rekabet stratejisi de kısmi bir aracılık rolü üstlendiği sonucuna ulaşır (Konak, 2018).

Toprakçı Alp (2018) kadınlar girişimciler üzerinden sosyal sermaye ve girişimcilik ilişkisinin incelemiştir. Araştırmasında Antalya ilinde yaşayan ve T.O.B.B. Antalya Kadın Girişimciler Kurulu ya da AGİDER'e üye olan 20 kadın girişimciye nitel yöntem kullanarak verilerini toplamıştır. Nitel yöntem yoluyla elde ettiği verilerin analizinde içerik analizi tekniği kullanmıştır. Araştırma sonucuna göre finansal ve sosyal destek konusunda kadın girişimcilerin zayıf bağlarından daha çok eş, aile ve arkadaşlardan oluşan güçlü bağların kaynaklara ulaşma konusunda daha çok yardımcı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Diğer taraftan da kadınlar sivil toplum örgütlerinde yer almaları konusunda kendi zayıf bağlarını geliştirmeye çalıştıkları sonucunu ulaşmış olsa da genel olarak kadın girişimcilerin en büyük destekçisi güçlü bağları olduğu sonucuna ulaşmıştır (Toprakçı Alp, 2018).

Bayhan (2018) liderlik davranışlarının yenilikçi iklim ve duygusal emek üzerindeki etkisini ve bu etkide sosyal sermaye ve entelektüel sermayenin aracılık rolünü incelemiştir. Araştırma nicel bir yöntem kullanılarak İstanbul'da bulunan beş yıldızlı otel çalışanları üzerinden 548 anket verisi elde etmiştir. Ankette Kabacoff ve Yönetim

Araştırmaları Grubu (1998) tarafından geliştirilen liderlik etkinliği analizi; Göksel, Aydın ve Bingöl Türkçeye çevirdiği sosyal sermaye ölçeği; Nazari vd. (2011)'in oluşturduğu entelektüel sermaye ölçeği; Chu ve Murrmann (2006) tarafından geliştirilen duygusal emek ölçeği ve Nybakk, Crespell ve Hansen (2011) tarafından Amabile vd. (1996)'nin çalışması kullanılarak geliştirilen yenilikçi iklim ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS ve Amos 22.0 istatistik programları kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda liderlik davranışlarının yenilikçi iklim ve duygusal emek üzerinde sosyal sermayenin boyutlarının olumlu ve anlamlı düzeyde, tam aracılık rolü yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Entelektüel sermaye ise yenilikçi iklim ve liderlik davranışı arasında tam aracılık rolü üstlenirken duygusal emek ve liderlik davranışları arasında kısmi aracılık rolü üstlenmektedir (Bayhan, 2018).

Gül (2018) çalışmasında devlet tarafından finansal destek alan girişimci ile destek almayan girişimcinin girişimcilik faaliyetlerindeki sosyal sermayenin etkisini incelemiştir. Araştırma İstanbul ilinde yer alan bir üniversite de bulunan devlet desteği alan 9 girişimci ve devlet desteği almayan 12 girişimci üzerinde nitel bir çalışma yapılmıştır. Araştırma sonucuna göre destek almayan girişimciler yeni deneyimlere daha açık olma, risk alma gibi sürekli bir arayış içinde olduğu sonucu ulaşılmışken destek alanların ise risk almayan daha çok işlerini korumaya çalışan ve uzman kişiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir sonucunda ise destek almayanların düzenli olarak yeni insanlarla tanışmalarına, yeni ağlar oluşturmalarına katkı yapan zayıf ağları daha çok kullanırken; destek alan girişimcilerin yeni ağ oluşturmaktan ziyade sahip olduğu ağları daha kuvvetlendirmeye çalışan güçlü bağlarını daha çok kullandığı sonucuna ulaşılmıştır (Gül, 2018).

Yawson (2018) çalışmasında bölüm başkanlarının görevleri ve liderlik rolleri ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Türkiye'deki bir üniversitenin 9 bölüm başkanı nitel yoldan verileri toplanarak yorumlanmıştır. Çıkan yorumlama sonucunda bireyler arası iletişime ve işbirliğine imkân sağlayan bağlayıcı sosyal sermayelerinin gerek akademik gerek idari personel açısından çok önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan bölüm liderlerinin ağ genişliğinin daha büyük olmasından dolayı diğer bölümlerdeki meslektaşlarına veya üniversitede dışındaki

bağlarına köprü kuran sosyal sermayeleri açısından kolaylıkla ulaşabilmekte olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca bölüm liderliğinin diğer personellerin paylaşacağı ortak değerler ve vizyon oluşturmadaki etkisi akademik personel arası güveni geliştirerek kamusal verimliliğe fayda sağladığı sonucuna ulaşmıştır (Yawson, 2018).

Özgün (2019) çalışmasında örgütsel sosyal sermayenin örgütsel performans üzerine etkilerini incelemiştir. Bu araştırma İstanbul ilinde faaliyet gösteren 9 hastane üzerinden nicel yöntem kullanarak 414 personelden verileri toplamıştır. Anketinde Turner'ın (2011), Şahin'in (2010) ve Nahapiet ve Ghoshal'ın (1998) ölçeklerinde oluşturduğu sosyal sermaye ölçeği; Bontis (1998), Subramaniam ve Youndt (2005), Hsu ve Sabherwal (2012) ve Wu ve arkadaşları (2008)'in çalışmalarında oluşturduğu entelektüel sermaye ölçeği; Djellal ve Gallouj'un (2005) ve Omachonu ve Einspruch'un (2010) çalışmaları temel alınarak oluşturduğu inovasyon ölçeklerinden faydalanmıştır. Elde edilen verileri IBM SPSS ve IBM AMOS paket programları kullanarak analiz etmiştir. Analiz sonucuna göre sosyal sermayenin yapısal, ilişkisel ve bilişsel boyutlarının hem inovasyon üzerinde hem de entelektüel sermaye üzerinde anlamlı ve pozitif bir ilişki sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca sosyal sermaye inovasyon ve entelektüel sermaye yoluyla örgütsel performans üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi sonucuna ulaşmıştır (Özgün, 2019).

Şahin (2019) çalışmasında motivasyon, iş tatmini ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmasını Batman Üniversitesinde çalışan akademik ve idari personel üzerinde gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada nicel bir yöntemle 286 anket verisi toplamıştır. Mottaz (1985), Brislin, Kabigting, Macnab, Zukis ve Worthley (2005), Mahaney ve Lederer (2006)'in çalışmalarında kullandıkları, içsel ve dışsal motivasyon ölçeği, Aslı Baycan'ın Türkçeye çevirdiği iş tatmin ölçeği ve yapısal ve bilişsel sosyal sermaye ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre iş tatmini, motivasyon ve sosyal sermaye arasında demografik özelliklerde (yaş, eğitim seviyesi, medeni hali, çalışma süresi ve çalışma sınıfı) farklılaşma olduğu sonucuna ulaşmıştır. Genel olarak ise sosyal sermayenin motivasyon ve iş tatmini arasında ve çalışanların iş tatminlerinin onların motivasyon ve sosyal sermaye arasında bir değişken etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır (Şahin, 2019).

Yıldırım (2019) sosyal sermaye boyutları ve bireysel motivasyon faktörlerinin çalışanların bilgi paylaşım niyeti üzerine etkisini incelemiştir. Bu çalışmada İstanbul ilinde hizmet sektöründe çalışan beyaz yakalılar üzerinde nicel yöntemle 262 kişiye ulaşılarak anket uygulanmıştır. Chang ve Chuang (2011)'ın ve Chiu vd.(2006)'nın sosyal sermaye ölçeği; Wasko ve Faraj (2005)'in, Chang ve Chuang (2011)'ın ve Lin (2007)'in çalışmalarından oluşturulan bireysel motivasyon ölçeği ve Bock vd. (2005)'in bilgi paylaşma niyeti ölçeğinden yararlanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 22.0 programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre ilişkisel ve bilişsel sosyal sermayeyi oluşturan kimlik ve paylaşılan dilin bilgi paylaşım niyetlerin üzerinde pozitif bir ilişki varken yapısal sosyal sermaye ve ilişkisel sosyal sermayenin güven unsuru bilgi paylaşım niyeti arasında bir ilişki bulunamamıştır. Bireysel motivasyon faktörlerinden karşılıklı fayda, itibar ve özgecilik çalışanların bilgi paylaşma niyetleri üzerinde anlamlı bir ilişki varken ödül unsurunun anlamlı bir ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Yıldırım, 2019).

Evin (2019) çalışmasında Niğde belediyesi personelleri üzerinde örgütsel bağlılık ile kurumsal sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu çalışmada Niğde belediyesinde çalışan 118 kişi üzerine nicel bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada 5'li likert tipi ölçme kullanılmıştır. Anketi oluşturmak için Nahapiet ve Ghoshal (1998), Moran ve Ghoshal (1996) ve Tsai ve Ghoshal (1998) “Sosyal Sermaye” ölçeklerinden ve Meyer ve Allen tarafından ortaya çıkartılan “Örgütsel Bağlılık” ölçeklerinden faydalanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22.0 programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre sosyal sermayenin yapısal, ilişkisel ve bilişsel alt boyutlarının cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni hal ve çalışma süresine göre herhangi bir farklılık bulamamıştır. Örgütsel bağlılık açısından ise yaş, medeni durum ve çalışma süresi açısından bir fark yokken, erkeklerin kadınlara göre, eğitim seviyelerinin daha yüksek olanların düşük olanlara göre daha fazla örgütsel bağlılığı olmaları açısından farklılık sonucuna ulaşmıştır. Genel olarak da örgütsel bağlılığın sosyal sermaye üzerinde pozitif ve zayıf yönde bir ilişkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır (Evin, 2019).

Çetin (2019) performans yönetim algısı ile örgütsel sosyal sermayenin boyutları arasında ilişkiyi incelemiştir. Araştırmada Kocaeli, İzmir, Hatay ve Balıkesir illerinde faaliyet gösteren gübre fabrikalarında çalışanlar üzerine nicel bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada tesadüfi örnekleme yöntemiyle 476 çalışana ulaşılarak anket yapılmıştır. Ankette Bakan ve arkadaşları (2012) tarafından geliştirilen performans yönetim algısı ölçeği ve Chang ile Chuang (2011) ve Chiu vd. (2006) tarafında oluşturulan sosyal sermaye ölçeğinden faydalanarak hazırlamıştır. Elde edilen veriler ise SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre performans yönetiminin alt boyutu olan ücretlendirme uygulamaları ile sosyal sermayenin alt boyutları olan yapısal, ilişkisel ve bilişsel arasında zayıf pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Performans yönetiminin diğer alt boyutu olan performans değerlendirme uygulamaları ile yapısal ve ilişkisel sosyal sermaye arasında orta derece pozitif bir ilişki bulunurken bilişsel boyutuyla güçlü pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır (Çetin B., 2019).

Söylemez (2019) Kocaeli Serbest Bölgesindeki (KSB) çalışanlar üzerinde dönüşümsel liderlik ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi açıklamak için lider-üye etkileşimi ve özyeterliliğin bu ilişkideki aracılık rollerini incelemiştir. Bu bölgede tabakalı örnekleme yöntemiyle seçilmiş 504 çalışan üzerinde yüz yüze anket yaparak verilerini toplamıştır. Anket için Bass ve Avolio (1991)'nin dönüşümsel liderlik, Scandura ve Graen (1984)'in LMX-7 ölçeği, Schwarzer ve Jerusale (1980) özyeterlilik ölçeği, sosyal sermaye yapısal boyutu için Hyatt ve Ruddy (1997) etkili iletişim ölçeği, ilişkisel boyutu için Simons ve Peterson (2000)' un örgüt içi güven ölçeği, bilişsel boyutu için ise Tsai ve Ghoshal (1998)'in ve Gianvito (2007)'nin bilişsel sosyal sermaye ölçeği kullanılmıştır. Anket sonucu elde edilen veriler eşitlik modeli ve karşılaştırmalı istatistikî analizlerle yorumlanmıştır. Dönüşümsel liderliğin sosyal sermayenin yapısal, ilişkisel ve bilişsel boyutları ile arasında anlamlı bir ilişki bulmuştur. Bu ilişkide lider-üye etkileşiminin tam bir aracılık rolü üstlenirken özyeterliliğin kısmi bir aracılık rolü üstlendiği sonucuna ulaşmıştır (Söylemez, 2019).

Güney (2020) çalışmasında SoLoMo pazarlamanın hangi sosyal sermaye boyutları ile ilişkisi olduğunu ve bu boyutların SoLoMo pazarlamaya ve işletme bağımlılığı üzerine etkileri incelenmiştir. Nevşehir iline 388 katılımcı üzerinde nicel bir yöntem ile veriler toplanmıştır. Anket soruları için Lee (2016), Nahapiet ve Ghoshal (1998), Coleman (1988), Parker ve ark. (2010), Wang (2010), Knoll ve Bronstein (2014), Pavlou (2011), Li vd. (2002) ve Mahmoud ve Yu'nun (2006) çalışmalarından yararlanarak sosyal sermaye ölçeğini, SoLoMo pazarlama ölçeği hazırlamıştır. Veri analizi için SPSS ve AMOS programları kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ve bilişsel boyutunun kişisel imaj işletmelerin pazarlamaya yönelik tutum belirlemede pozitif bir etkiye sahiptir. SoLoMo pazarlamada algılanan sosyal sermaye boyutlarından kişisel imaj, marka/işletme ile bağ kurma ve ağ bağlantısı işletme bağlılığı üzerinde olumlu ve pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak SoLoMo pazarlamaya yönelik tutumların işletme bağlılığını pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Güney, 2020).

Petek (2020) çalışmasında Kastamonu üniversitesinde çalışan akademisyenlerin sosyal sermaye boyutlarının motivasyonları üzerindeki etkisini incelemiştir. Bu çalışmada Turan (2013)'nin sosyal sermaye ölçeği ve Mottaz tarafından geliştirilen "Motivasyon Ölçeği" kullanılarak kolayda örneklem yöntemi 269 anket verisi elde edilmiştir. Bu verileri SPSS 20 istatistik programı kullanarak analiz etmiştir. Sosyal sermayenin sosyal ağlar, güven, normlar, kimlik gibi yapısal ve ilişkisel unsurların motivasyon üzerinde etkisi bulunmazken bilişsel boyutunun paylaşılan vizyon ve paylaşılan hikâye boyutunda pozitif ilişki varken paylaşılan dilleri motivasyonu etkilememektedir bu yüzden sosyal sermaye boyutlarının motivasyon üzerinde orta düzey bir ilişki vardır (Petek, 2020).

Tunçbilek (2020) çalışmasında Ankara da varlığını sürdüren girişimci işletmelerin teknoloji yöneticilerine odaklanılarak ve Kaynak Esaslı Model temel olarak teknoloji yöneticilerinin sosyal sermaye düzeylerinin sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmelerine etkileri incelenmiştir. Burada bulunan 207 teknoloji yöneticisi ile e-posta yoluyla nicel bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada Çakıcı, Çalhan

ve Karamustafa (2016) tarafından çevrilen sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ölçeği ve Göksel, Aydın ve Bingöl (2010) tarafından kullanılan sosyal sermaye ölçeği kullanılmıştır. Anketlerin analizi için IBM SPSS Statistics 22 programı kullanılmıştır. Analiz sonucu göre teknoloji yöneticilerinin yapısal, bilişsel ve ilişkisel sermayeleri farklılaşma ve maliyet liderliği ile rekabet üstünlüğü arasında pozitif bir ilişki varken yapısal, bilişsel ve ilişkisel sermayelerinin odaklanma stratejileri ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır (Tunçbilek, 2020).

Özcan (2020) çalışmasında İstanbul İkitelli OSB’de deri mamulleri / ayakkabıcılık sektörü ve makine imalat sektöründe faaliyet göstermekte olan 129 işletme üzerinden girişimci/ortakların sosyal sermayelerinin işletme performansına etkilerini güven, ağlara katılım, ortak eylemler ve iş birliği çerçevesinde incelemiştir. Araştırmada kartopu örneklem tekniği kullanılarak anketler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçları SPSS ve GEPHİ tekniği kullanarak analiz etmiştir. Araştırmanın sonucunda ise bireylerin eğitim seviyelerinin artması onların bağlayıcı sosyal sermayelerini artırır iken birleştiren sosyal sermayeleri ile herhangi bir ilişki bulamamıştır. Bağlayıcı sosyal sermayelerin gelişmesinin bir nedeni de ticari ilişkilerdeki güvensiz ortamdan kaynaklandığını öne sürmüştür. Genel olarak kurulan ticari ilişkilerde daha az yoğunlukta ve daha seyrek ilişkiler olduğunu gözlemlemektedir. Yani daha çok birleştiren sosyal sermayesi yüksek kişilerin ticari ilişkilerinin de kuvvetli olacağını öne sürmektedir. Ayrıca karşılıklı yardımlaşma ve birleştiren sosyal sermaye ciro üzerinde pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yani satışı artırmak için birleştirici sosyal sermayeye önem vermektedir. Dahası biri işe almak için veya kendisi için önemli bir konuda karar almak için bağlayıcı sosyal sermayeye önem vermektedir (Özcan, 2020).

3.2. Yabancı Literatür

Gargiola (2000) çalışmasında yöneticilerin sahip olduğu ağ yapılarının görev değişimlerinde yeni göreve nasıl etki edeceğini ve bu etki üzerinde sosyal sermayenin rolünü incelemiştir. Araştırmasında küresel bir İtalyan bilgisayar firmasında farklı ekiplerde çalışan 19 yöneticiyi yeni bir endüstriyel süreç yönetimi biriminde toplayarak nicel bir yöntemle gözlemlemiştir. Elde edilen anket

verilerinden çıkan sonuca göre yeni kurulan iş biriminde yöneticilerin birbirlerine uyum sağlamada sıkıntı yaşadıkları sonucuna ulaşmıştır. Bu sıkıntının ise eskiden aynı birimde çalışan yöneticilerin yeni birimde aralarında kurdukları güçlü ilişkiler onların yeni birimdeki diğer yöneticilerle kuracakları yatay ilişkiler konusunda koordinasyonu bozduğunu sonucuna ulaşmıştır (Gargiulo ve Benassi, 2000).

Landry (2002) Kanada'da bulunan firmalarda çalışanların sosyal sermayeleri ve yenilik arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmasını farklı endüstrilerde faaliyet gösteren 440 üretim firması üzerinden gerçekleştirmiştir. Sosyal sermayenin yeniliğe etkisini ölçmek için sosyal sermayeyi ikiye ayırarak ele almıştır. Bu faktörlerden ilki olan yapısal sosyal sermaye, iş ağları, bilgi ağları, araştırma ağları, katılım ağları ve ilişkisel ağları üzerinden ölçülürken, İkinci faktör olan ilişkisel sosyal sermaye ise karşılıklı güven ağları üzerinden ölçmüştür. Verileri toplamak için nitel bir yol izlemiştir. Anket sorularını Oslo Kılavuzu'ndan faydalanarak hazırlamıştır. Elde edilen verileri Logit yoluyla analiz etmiştir. Araştırma sonucunda yapısal sosyal sermayenin bütün alt birleşenleri inovasyon üzerinde pozitif etkide bulunurken araştırma ağı alt birleşeni diğerlerinden daha fazla pozitif katkı yaptığı sonucuna ulaşmıştır. Bilişsel sosyal sermayenin de yenilik üzerinde anlamlı bir etkisine rastlamamıştır (Landry, Amara ve Lamari, 2002).

Burt (2004) çalışmasında yöneticilerin aracılık rolleri ve yaratıcı fikir arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmasında ABD'li elektronik şirketlerinde çalışan 673 kişiye ulaşarak şirket arşivlerinden ve çevrimiçi anketlerden veriler toplamıştır. Elde ettiği verilerin regresyon analizi sonuçlarına göre şirket yöneticilerinin aracılık rollerin sağladığı vizyon avantajları sayesinde kişinin yaratıcı fikirleri bulmasına yardımcı olmaktadır. Yaratıcı fikirlerin oluşması ise gruplar arası aracılık rolünü üstlene yöneticilerin fikirlerinin tartışılması ile doğru orantılı olarak ortaya çıkmaktadır. Yani gruplar arası araçlar daha fazla yaratıcı fikir ortaya çıkarabilmek ve ifade edebilmek suretiyle sosyal sermaye biriktirmekte olduğu sonucuna ulaşmıştır (Burt R. S., 2004).

Young (2005) çalışmasında yöneticilerin sosyal sermaye düzeyleri üzerinden, firmaların piyasa değerinin ölçmüştür. Bunu yaparken yönetim kurulu üyelerinin

diğer firma yöneticileri arasındaki ilişkiler üzerinden incelemiştir. Araştırmasını Tayvan'da bulunan iki farklı piyasaya üye olan 245 firma üzerinde gerçekleştirmiştir. Bu piyasalara üye olan firmalar arasında ikili bir ağ modeli geliştirerek ele edilen verileri UCINET 5 ağ analiz programıyla analiz edilmiştir. Analiz sonucunda firmaların yönetim kurulu üyelerinin sosyal sermaye göstergesi olan firma dışı farklı yöneticilerle girdiği ilişkilerin düzeyi ne kadar yüksek olursa aynı oranda firmaya statü avantajı sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Bu açıdan yönetim kurulundaki yöneticilerin geniş sosyal ağlara sahip olması firmanın piyasa değeri üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır (Young, 2005).

Heng (2005) çalışmasında Sidney'de bulunan bir hastanede çalışan tesis yöneticilerinin aracılık rollerini araştırmıştır. Bunu yaparken nicel bir yöntem kullanarak tesis yöneticilerin hastanede faaliyet gösteren farklı departman yöneticileriyle olan ilişkilerini incelemiştir. Araştırma sonunda elde edilen verileri UNICET sosyal ağ analizi programıyla analize tabi tutmuştur. Analiz sonucunda tesis yöneticileri farklı departmanlar arasındaki yapısal boşlukları dolduran ve köprü kuran aktör konumunda olduğu sonucuna ulaşmıştır. Tesis yöneticilerini diğer departman yöneticilerine göre daha yüksek aracılık rolüne sahip olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca bu konumundan dolayı elde ettiği bilgi ve kaynaklar sayesinde çeşitli fırsatlara ulaşması kolaylaştırırken hastanenin daha iyi sağlık hizmet sunmasına olanak tanıdığı sonucu da ulaşmıştır (Heng, McGeorge, ve Loosemore, 2005).

Moran (2005) yaptığı çalışmasında yöneticilerin sahip olduğu yapısal ve ilişkisel sosyal sermayesinin yönetim performansı üzerindeki etkisini incelemektedir. Araştırmasında 100 ilaç firması firmasında çalışan 120 ürün ve satış yöneticisi üzerinde nicel bir yöntemle verileri toplamıştır. Elde edilen verilerin sonucuna göre yöneticilerin yapısal gömülmürlük satış performansını artırmada daha fazla etki yaparken, ilişkisel gömülmürlük yenilik performansını açıklamada daha büyük pozitif etki sunmaktadır. Diğer taraftan ise yöneticiler girdikleri ilişkilerde bir dereceye kadar yakınlık onlar üzerinde olumlu etki yaptığı özellikle belirsiz girişimci faaliyetlerinde bu ilişkiler daha değerli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Genel olarak ise

yöneticinin amacına göre yöneticinin sosyal sermaye türü veya ondan aldığı fayda miktarı da değişmektedir (Moran, 2005).

Shipilov (2006) çalışmasında üst düzey yöneticilerin bağlayıcı ve köprü kuran sosyal sermaye türlerini incelemektedir. Ayrıca bunu yaparken sosyal sermayenin firmaya olan etkilerini ele alırken stratejik ve çevresel etkileri de değerlendirmek için teorik bir yaklaşım sunmaktadır. Literatür taraması sonucunda üst kademe yöneticilerin daha iyi bir sosyoekonomik geçmişse sahip olması, nitelikli okullardan mezun olması ve eğitim seviyesinin yüksek olması onların daha fazla köprü kuran sosyal sermayeye sahip olması üzerinde pozitif etkisi vardır. Firma dışı iş süreçleriyle ilgilenen yöneticilerin köprü kuran sosyal sermayesi daha fazlayken firma içi iş süreçleri ile uğraşan yöneticilerin bağlayıcı sosyal sermayeleri daha yüksektir. Ayrıca farklı firmalar ve sektörler arasında hareketliliği yüksek olan yöneticilerin köprü kuran sosyal sermayeleri, şirket içi ilişkiler ve yöneticilerin uzun çalışma süreleri bağlayıcı sosyal sermayeleri üzerinde pozitif etkiye sahiptir. Son olarak da firmanın benimsediği stratejik plan ve dış çevre ile olan ilişkileri yöneticilerin sahip olduğu sosyal sermaye türünü doğrudan etkilemektedir. Ve firma çevre uyumu ile yöneticinin benimsediği sosyal sermaye yapısının benzer olması durumunda firmanın performansının en yüksek olduğunu önermektedir (Shipilov ve Danis, 2006).

Acquaah (2007) çalışmasında yöneticilerin sosyal sermayesi ve örgütsel performans arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmasını bir Sahra altı ülkesi olan Gana'da imalat ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmalarının üst düzey yöneticileri üzerinde gerçekleştirmiştir. Nitel bir yöntem kullanarak 106 üst düzey yöneticiden verilerini toplamıştır. Araştırma sonucunda Ganalı yöneticiler diğer firma yöneticileri ve devlet yetkileri ile girmiş oldukları ilişkiler farklı bilgi ve kaynaklara ulaşma kolaylığı açısından örgütsel performans üzerinde olumlu etki ettiği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca üst düzey yöneticileri toplumda bulunan topluluk liderleri ile kurduğu ilişkiler firma ile toplumdaki farklı kişiler arasında köprü kurmasına ve örgütsel performansa olumlu katkı sağlamanın yardımcı olduğu sonucuna ulaşmıştır (Acquaah, 2007).

Buttler (2008) çalışmasında 1990 sonrası Rusya'nın piyasa ekonomisine geçiş ile yöneticilerin sosyal sermayelerindeki değişiklikleri incelemiştir. Araştırmasını farklı alanlarda faaliyet gösteren 11 yönetici veya şirket sahibi üzerinden derinlemesine mülakat yöntemi ile gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda merkezi aktör veya ona yakın olanların iletişim ağları yoluyla farklı bağlantı türlerine sahip olma imkânı tanıyan yapısal sosyal sermaye diğer iki türe göre daha fazla değişerek daha fazla fayda sağlamıştır. Sosyalist rejimden kalma güvene dayalı ilişkilerin hala kuvvetli olmasından dolayı değişen Rus piyasasında ilişkisel sermaye yapısal sermaye kadar değişmediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca değişim firma çalışanların ortak bir vizyon veya değer altında toplamasına olanak tanıyan bilişsel sermayenin de önemli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Son olarak ilişkisel sermayenin yapısal sermaye oluşmasında fayda sağladığını da tespit etmiştir (Butler ve Purchase, 2008).

Kim (2008) çalışmasında Koreli yöneticilerin yükselmesinde sosyal sermayenin rolünü incelemiştir. Bu açıdan Kore'de faaliyet gösteren halka açık 199 firmanın 4759 farklı yöneticisinin üzerinde araştırma yapılmıştır. Araştırmada ayrık zamanlı tarihsel analiz kullanmıştır. Elde edilene veriler sonucundan bir yöneticinin üst düzey yöneticiler ile kurduğu güçlü ilişki bir taraftan ona terfi alma fırsatı sunarken, diğer taraftan yönetim kurulu yöneticileriyle aile bağları, okul bağları ve bölgesel bağları benzeşen yöneticilerin yönetim kurulunun homojenlik yapısı bozacağından dolayı yöneticinin terfi 'si üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca Bir yöneticinin iyi bir okuldan mezun olması ve çeşitli ekonomik derneklere üyelikleri onu terfi olasılığı olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır (Kim ve Cannella, 2008).

Ramström (2008) çalışmasında Kuzey Avrupalı yöneticilerin Çinli iş ortaklarıyla kurdukları ilişkide sosyal sermaye üzerinden bir inceleme yapmıştır. Araştırmasında Singapur, Malezya ve Tayland'da iş ortaklarıyla çalışan 28 Finlandiyalı ve İsveçli yöneticiler üzerinde nitel bir yöntem kullanarak verilerini toplamıştır. Elde ettiği verilerin analizi sonucunda Çinli yöneticilerin iş ortaklarıyla düzenli, çok sıkı ve güçlü bir ağ yapısı olduğu ve iş dışında da birçok aktiviteye beraber katıldıkları sonucuna ulaşmıştır. İş ortaklarıyla giriştikleri resmi ilişkilerinin

yanında gayri resmi ilişkileri de çok güçlü olduğunu tespit etmiştir. Diğer taraftan katılımcıların hepsi Çinli ortaklarının ilişkilerde öncelik verdikleri birin husus olarak güven ön plana sürdüklerini dile getirirse de girişmiş oldukları ortaklıklar onları bazı noktalarda kendi kolektivist anlayışından biraz olsun sıyrılıp ne çok güçlü nede çok zayıf olan karmaşık bir ilişki yapıları kurmalarına neden olduğu sonucuna ulaşmıştır (Ramström, 2008).

Lawson (2008) çalışmasında alıcı ve tedarikçi ilişkilerini sosyal sermayenin iki alt boyutu olan yapısal ve bilişsel sermaye üzerinden incelemektedir. İngiltere’de çalışan 111 satın alma yöneticisi üzerinde nicel bir yöntem ile verileri toplamıştır. Elde edilen veriler AMOS 7.0 programı ile iki aşamalı bir analize tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda alıcıların tedarik, üretim ve tasarım süreçlerinde tedarikçilerle kurduğu iletişimin yoğunluğu ve uyumu ilişkisel sermaye stoğunu pozitif yönde etkilemektedir. İlişkisel sermayede aynı ölçüde alıcının performansı üzerinde olumlu katkılar yapmaktadır. Diğer taraftan da yöneticiler arasında kurulan güçlü ve sıkı ilişkilerde alıcı performansını etkilerken, benzer şekilde alt kademelerdeki çalışanlarında kurdukları teknik iletişim çalışanlar arasında bilgi akışını iyileştirirken alıcı performansının yükseltmesine yol açar (Lawson, Tyler ve Cousins, 2008).

Cao (2012) çalışmasında firmaların girişimcilik yönelimleri üzerinde CEO’ların sosyal sermayelerinin etkisini incelemiştir. Araştırmasını Çin’de faaliyet gösteren üç teknokent yöneticileri üzerinde nicel bir yöntem ile gerçekleştirmiştir. Yapılan anket sonucunda 122 yöneticinin anketi değerlendirilmeye almıştır. Araştırma sonucunda ise CEO’ların bağlantılı sosyal sermayeleri firmaların girişimcilik yönelimlerinde belirli bir yere kadar olumlu etki yaparken daha sonrasında negatif etki yaptığı sonucuna ulaşmıştır. CEO’ların köprü kuran sosyal sermayesi ise firmaların girişimcilik yönelimleri üzerinde pozitif bir etki sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca istikrarsız bir ortamlarda CEO’ların köprü kuran sosyal sermayesi bağlantılı sosyal sermayelerine oranla daha çok faydalı olduğunu sonucuna da ulaşmıştır (Cao, Şimşek ve Jansen, 2012).

Lowik (2012) çalışmasında küçük firma yöneticilerinin inovasyon gerçekleştirme sürecinde güçlü bağlarını kullanımını incelemiştir. Hollanda’daki dört

küçük teknoloji firmasında yönetici ve orta kademe çalışanlar üzerine yaptığı 20 nitel görüşme ile verilerini toplamıştır. Elde ettiği veriler sonucunda güçlü bağların bilgilere ulaşmada fayda sağlarken köprü kuruna bağları sayesinde güçlü bağların ilişkilere aşırı gömülme riskini azalttığı sonucuna ulaşmıştır. Küçük firmalar zayıf bağ yapılarını kurmak yerine kurmuş oldukları güçlü bağ ittifaklarını güçlendirme yolunu seçtiklerini tespit etmiştir. Yani zayıf bağlar aracılığıyla yeni insanlarla iletişim kurmak yerine güçlü bağ olan bireylerin köprü kuran sosyal sermayesi sayesinde ilişkisi olduğu bireylerle farklı ilişkiler içine girdiğini sonucuna ulaşmıştır (Lowik vd., 2012).

Karahanna (2013) çalışmasında firmalarda bulunan üst kademe yöneticilerin sosyal sermayelerinin kurumsal değer yaratma üzerini etkisini incelemiştir. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bulunan 81 hastanede çalışan 198 bilişim yöneticisi ve diğer üst kademelerde bulunan 81 yönetici arasındaki bilgi akışını yapısal, bilişsel ve ilişkisel sosyal sermaye üzerinden nicel bir yöntemle araştırmıştır. Elde edilen verileri Smart PLS 2.0 programı ile analize tabi tutmuştur. Analiz sonucunda bilişim yöneticilerinin ve diğer üst yöneticilerin sosyal sermayeleri stratejik bilgi sistemleri yardımıyla bilgi entegrasyonunun kolaylaşmasına ve böylece örgütsel değer yaratmaya konusunda fayda sağlamaktadır. Ayrıca bilişim yöneticilerin diğer yöneticilerle kurduğu ilişkilerde yapısal sosyal sermayenin bilişsel sosyal sermaye üzerinde bir etkisi olduğuna ulaşırken ilişkisel sosyal sermaye üzerinde az bir etkisi vardır. Son olarak ise ilişim yöneticilerin diğer yöneticilerle kurduğu ilişkilerde üç sosyal sermaye türünün de bilgi stratejisi uyumu üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir (Karahanna ve Preston, 2013).

Gonzalez (2014) çalışmasında müşteri ilişkileri yöneticilerinin performansları üzerinde sosyal sermayenin etkisini incelemiştir. Araştırmasında Amerika'da faaliyet gösteren bir ticaret firmasında çalışan 101 müşteri ilişkileri yöneticisi ve 363 çalışanla birlikte toplamda 464 kişi üzerinde anket yoluyla verilerini toplamıştır. Elde edilen verilerin UNICET sosyal ağ analizi programı ile analiz etmiştir. Araştırma sonucunda yöneticileri sahip oldukları informel ağlar ve yöneticileri ağlar arasındaki aracılık rolleri yönetici performansları üzerinde olumlu bir etkiye neden olduğunu

tespit etmiştir. Ayrıca yöneticilerin informel bağlantıları sayesinde kurmuş olduğu aracılık faaliyetleri ve formel ağlarla kurmuş olduğu güçlü ilişkilerinin birleşmesi sonucunda müşteri ilişkileri ve satış performanslarını büyük oranda geliştireceği sonucuna ulaşmıştır. Yani yöneticilerin aracı ve dayanışmacı sosyal sermayesini birlikte uygulanması performansları üzerinde olumlu etkiler yapacağını tespit etmiştir (Gonzalez, Claro ve Palmatier, 2014).

Li (2014) çalışmasında KOBİ'lerdeki üst düzey yöneticilerin sahip oldukları sosyal sermayelerinin firmanın inovasyon stratejisi belirlemesi üzerindeki etkisini incelemiştir. Tayvan'da bulunan çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren 113 KOBİ yöneticisi üzerinden nicel bir yöntem kullanarak verilerini toplamıştır. Elde edilen verilerin sonucunda KOBİ yöneticilerinin diğer firmalarla ve hükümet ile bağları farklı inovasyon stratejileri belirleme üzerine pozitif etkileri vardır. Ayrıca yöneticilerin finansal bağlarında inovasyon üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Firmanın keşifsel veya sömürücü inovasyon stratejisi arasında bir denge kurmasını sağlayan yöneticilerin güven, bağlılık ve paylaşılan vizyon çerçevesinde bir araya toplanmasını sağlayan iç sosyal sermayeleri de KOBİ'lerin daha iyi performans göstermelerine yardımcı olduğu sonucuna ulaşmıştır (Li, Lin ve Huang, 2014).

Zhao (2014) çalışmasında yöneticiler üzerinde kurumsal sosyal sermaye ile iş modeli yeniliği arasındaki pozitif ilişkiyi incelemekte ve kurumsal sosyal sermayenin iş modeli yeniliğini nasıl etkilediğini araştırmaktadır. Çinli farklı sektörlerde faaliyette bulunan 164 firma CEO'su ve yöneticileri üzerine nicel bir yöntem ile verileri toplamıştır. Elde edilen verilerin analiz sonucunda Firma yöneticilerinin sosyal sermayeleri ve iş modeli yeniliği arasında örgütsel öğrenmenin aracı bir rolü olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca kurumsal sosyal sermayenin yapısal, ilişkisel ve bilişsel boyutların firma içinde sağladığı uyum, güven, normlar, ortak dil ve değerleri örgütsel öğrenme üzerinde pozitif bir etkisi vardır. Son olarak da kurumsal sosyal sermaye, organizasyonel değişimi yönlendirerek iş modeli yeniliğini teşvik etme eder (Zhao vd., 2014).

Sauerwald (2014) çalışmasında yönetim kurulu üyelerinin iç ve dış sosyal sermayelerinin CEO getirileri üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmasında

ABD’de faaliyet gösteren ve Standard & Poor’un (S&P) 1.500 endeksinin veri tabının da yer alan şirketlerin CEO ve yönetim kurulu üyeleri üzerine gerçekleştirmiştir. Yöneticiler hakkındaki verileri bu veri tabının yer alan raporlardan sağlamıştır. Elde edilen veriler sonucunda yönetim kurulu üyelerin güçlü bir dış sosyal sermayeye sahip olması CEO’ların daha geniş ağ yapılarına ulaşmasına ve bununda CEO getirileri üzerini pozitif etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Diğer taraftan yönetim kurulunun şirket içi diğer yöneticileri kurduğu güçlü iç sosyal sermayesi CEO’ların faaliyetlerini kısıtlarken kazançları üzerinde olumsuz etkiye sahiptir. Ayrıca yönetim kurulunun yüksek dış sosyal sermayesi CEO’ların farklı ağlara ulaşmasına imkân tanınması, onların daha fazla güç sahibi olmasına katkı sağlamaktadır. Son olarak ise yatırımcıların kurumsal normlara uyma konusunda CEO’lar üzerindeki baskısı CEO’ların kazançları üzerinde negatif bir etkiye sahiptir (Sauerwald, Lin ve Peng, 2014).

Sorensen (2018) çalışmasında bir Asya ülkesi olan Lao’un iş ağlarındaki sosyal sermayesini incelemiş ve ortak geçmişe sahip olduğu diğer bir Asya ülkesi olan Çin ‘in iş ağlarındaki sosyal sermaye yapıları ile karşılaştırmıştır. Lao’da faaliyet 21 firmanın vaka çalışmaları üzerinde verilerini toplamıştır. Elde ettiği verilerin sonucuna göre Lao’da faaliyet gösteren firmaların iş ağları Çin’li firmaların iş ağlarına göre daha açık olan köprü kuran sosyal sermayeler üzerine kuruludur. Diğer taraftan devletle veya farklı kuruluşlarla kurduğu dikey iş bağları açısından Lao’daki firmalar iş ağları daha uygundur. Ayrıca Çinli firmalar iş ağlarında güçlü ilişkilerin oluşmasına olanak tanıyan akraba veya yakın tanıdık temelli güven ilişkilerine önem verirken, Lao’daki firmalar zayıf ilişkilerle kurulan yabancı firmalara duyulan güvene daha çok önemseddiği sonucuna ulaşmıştır (Sorensen ve Nielsen, 2018).

Zheng (2019) yaptığı çalışmasında yöneticilerin firmalar arasındaki ağ konumu ve yenilikçi faaliyetlerde sosyal sermaye rolünü incelemiştir. Araştırmasında yöneticilerin bir birleriyle ilişkilerinin ölçmek için 2008-2014 yılları arasında Çin Borsasında faaliyette bulunan ve Çin muhasebe araştırma veri tabanına kayıtlı olan 1476 firmanın yıllık raporlarına ve firmanın yenilikçi yapısını belirlemek için

firmanın sahip olduğu patent sayısı verilerinden faydalanarak UCINET 6.0 ağ analiz programı yardımıyla analiz edilmiştir. Analiz sonucuna göre yönetim kurulu üyelerinin küresel boyuttan firmalar arasında köprü kuran bir sosyal sermayeye sahip olmaları firmalarına güç ve prestij avantajı sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Bu güç ve prestijinde firmanın inovasyon faaliyetleri üzerinde olumlu katkılar sunmaktadır. Dolayısıyla yöneticilerin köprü kuran sosyal sermayeye sahip olması inovasyon üzerinde pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır (Zheng vd., 2019).

Mahmood (2020) yılında yaptığı çalışmada entelektüel sermaye ve örgütsel ustalık arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yani işletmelerin pazardaki mevcut fırsatlardan yararlanma ve gelecekteki fırsatları keşfetmeyi aynı anda dengeli bir şekilde yapabilmesi için entelektüel sermayenin rolünü araştırmaktadır. Araştırmasını Pakistan’da imalat sektöründen faaliyet gösteren 217 küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerinde nicel bir yöntem ile gerçekleştirmiştir. Elde edilen verileri Yapısal Eşitlik Modeli ile analiz edilmiştir. Analiz sonucuna göre örgütsel ustalık üzerinde entelektüel sermayenin alt faktörleri olan beşeri sermaye, yapısal sermaye ve ilişkisel sermayenin güçlü bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu güçlü etkileşimde işletmelerin teknolojiyi özümleme kapasitelerinin önemli bir aracılık rolünün olduğu sonucuna da ulaşmıştır (Mahmood ve Mubarik, 2020).

Galeser (2020) çalışmada orta düzey yöneticilerin aracılık faaliyetlerinin girişimcilik üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmasında Fortune 500 şirketleri arasında 34 farklı iş alanında 383 orta düzey yönetici ve 72 üst düzey yönetici olmak üzere 455 kişi üzerinde çevrimiçi nitel bir yöntemle veri toplamıştır. Araştırma sonucuna göre orta düzey yöneticinin üst düzey yöneticilerinden aldıkları siyasi destekleri ne kadar artarsa orta düzey yöneticilerin inisiyatif kullanmaları ve aracılık faaliyetlerinde bulunmaları da aynı oranda arttığı sonucuna ulaşmıştır. Orta düzey yöneticinin aracılı faaliyetleri ile dış üst yöneticilerin desteğini alması onların kendi iş birimlerindeki güven ve desteğini azalmaktadır. Ayrıca aracılığın ve üst yönetimin desteğinin inisiyatif üzerindeki etkisi yüksek bağlılığa sahip iş birimlerinde ortaya çıktığı sonucuna ulaşmıştır (Glaser vd., 2020).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ VE BULGULARI

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sermaye kavramı, yüklendiği anlam ve yarattığı etki ile başta iktisat olmak üzere, işletme, sosyoloji ve birçok alanda araştırma konusu haline gelmiştir. Klasik anlamda ekonomik birikim anlamının ötesine geçen sermaye, insanın varlığını ve ilişkilerini anlatan, anlamlandıran bir dizi üretim/ birikim anlamı taşımaya başlamıştır.

Bu bakımdan kuramsal ve literatür çalışma kısmında da görüldüğü üzere giderek artan bir öneme sahip olmuş, toplumsal bağların ve ekonomik kuruluşların niteliği artık bu sermaye türleri üzerinden ele alınmaya başlanmıştır. Toplumsal yapıları çözümlenmeye ve sistematik ilişkileri anlamaya katkı sağlayan sosyal sermaye, ele alınma ve sahip olduğu değerler açısından ilişkilerin anlaşılmasına kaynak oluşturmaktadır. Devletler, kamu kurumları, şirketler ve benzeri birçok yapı ile bunların yönetim/örgütlenme biçim ve süreçleri anılan kaynakların varlığını ve analizini sağlamadaki örnekler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yapılardaki sahip olunan sosyal sermaye birikimlerinin nasıl oluştuğu Bourdieu, Putnam, Fukuyama ve diğerleri tarafından araştırılmış, kurum yöneticilerinin toplumsal ilişkilerin kurulması ve etkileşiminde önemli birer köprü ve bağlayıcı role sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Bu bağlamda bilindiği üzere, şirketlerin sahip olduğu sosyal sermaye düzeyleri daha çok üst yönetim kadrosundaki yöneticilerin sosyal sermaye seviyeleri üzerinden temsil edilmektedir.

Bu araştırmanın amacı da; “Türkiye’de faaliyet gösteren büyük işletmelerdeki yöneticilerin sosyal sermaye yaklaşımlarını türler üzerinden ölçmektir.”

Yani araştırmada üst yönetim için sosyal sermayenin ne anlama geldiği, yöneticileri yakın evre ve uzak evre ile ilişkileri, yöneticilerin firma içi bağlantıları, diğer firmalarla olan bağlantılar ve kurum ve kuruluşlarla olan bağlantıları, bu bağlantının yoğunluğu veya zayıflığı ve bu bağlantılar ile girmiş oldukları ilişki düzeylerindeki güven, ağ bağları ve normlara bakışları anlaşılamaya çalışılarak Türkiye'deki iş dünyasının sosyal sermaye seviyesine genel bir bakışa sahip olunmuştur.

4.2. Araştırmanın Sınırlılık ve Kapsamı

Araştırmada sosyal sermayeyi kavramının türleri üzerinden bir inceleme yapılmış olup, bu incelemede sosyal sermaye türlerinden birincisi bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici sosyal sermaye türü, ikici olarak güçlü ve zayıf bağ sosyal sermaye türü, sonuncu olarak ise yapısal ve kavramsal sosyal sermaye türleri incelenmiş olup diğer türleri araştırmaya dahil edilmemiştir. Ayrıca Türkiye'de faaliyet gösteren ilk büyük 1000 firmanın yöneticileri üzerinden yapılmış olup, İSO'nun yayınladığı Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu ve İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşun içerisinde yer alan firmalar dahil edilmiştir.

İstanbul Sanayi Odasının (İSO) en son 2020 yılında yayınladığı 2018 yılı “İSO Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu” Araştırması’ndaki verilerine göre İSO ilk 500 sanayi kuruluşu, 492 özel kuruluş ve 8 kamu kuruluşu tarafından oluşmaktadır. Bu kuruluşlar içinde yabancı sermayeli kuruluş sayısı 177 iken halka açık kuruluşların sayısı 66’dır. Türkiye’de 2018 yılında ekonomik büyüme % 0,9 oranında gerçekleşirken sanayi sektöründe ekonomik büyüme % 0,2 oranında gerçekleşmiştir. İSO ilk 500 sanayi kuruluşu, 2018 yılı ihracatı 73,5 milyar dolar değerinde gerçekleşerek bir önceki yıla oranla %2,4 oranında artmıştır. Bu miktar Türkiye ihracatının %40,7’sine ve sanayi ihracatının %42’sine denk düşmektedir. İSO ilk 500 sanayi kuruluşunun, GSYİH içindeki payı % 6,5 ve sanayi sektörü katma değeri içindeki payı ise %18’dir. 2019 yılında ilk 500 sanayi kuruluşu içinde 262 kuruluş Ar-ge harcamasında bulunmuştur. Bu kuruluşlar toplamda 9,7 milyar TL ile bir önceki yıla göre %151,9 oranında daha fazla harcama yapmıştır. 2019 yılında üretimden satışlarda yüzde -16,4 ve net satışlar da yüzde -15,9 gerçekleşmiştir. Ayrıca 2019 yılı kısa vadeli borçlanma oranı %18, uzun vadeli borçlanma oranı %27,3 olurken öz kaynaklarda ise %14,1 bir artış yaşanmıştır (İSO, 2018a).

“İSO Türkiye’nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu” araştırması verilerine göre İSO ikinci 500 sanayi kuruluşu, 496 özel kuruluş ve 4 kamu kuruluşu tarafından oluşmaktadır. Bu kuruluşlar içinde yabancı sermayeli kuruluş sayısı 64 iken halka açık kuruluşların sayısı 35’dır. İSO ikinci 500 sanayi kuruluşu, 2018 yılı ihracatı 9,8 milyar dolar gerçekleşmiştir. Bu miktar Türkiye ihracatının %5,4’üne ve sanayi ihracatının %5,6’sine denk düşmektedir. İSO ikinci 500 sanayi kuruluşunun, GSYİH içindeki payı bir önceki yıla göre düşerek % 0,93 ve sanayi sektörü katma değeri içindeki payı ise %3,97’ye gerilemiştir. 2018 yılında ikinci 500 sanayi kuruluşu içinde 231 kuruluş Ar-ge harcamasında bulunmuştur. Bu kuruluşlar toplamda 721,1 milyon TL ile bir önceki yıla göre %44,6 oranında daha fazla harcama yapmıştır. 2019 yılında satış performansları açısından üretimden satışlarda % 14,2 ve net satışlar %13,5 oranında gerçekleşmiştir (İSO, 2018b).

Yukarıda tanımlanan Türkiye'deki ilk 1000 firmanın sektörlere göre dağılımı ise aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 4.1. 2018 Yılı İSO 500 ve İSO ikinci 500 büyük sanayi kuruluşunun sektörel dağılımı.

Sektörler	Birinci 500 Firma Sayısı	İkinci 500 Firma Sayısı	Toplam
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	11	5	16
Gıda Ürünleri İmalatı	87	96	183
İçecek İmalatı	6	5	11
Tütün Ürün İmalatı	4	85	89
Tekstil Ürün İmalatı	39	24	63
Giyim Eşyaları İmalatı	15	2	17
Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri İmalatı	8	7	15
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı	15	20	35
Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması	3	4	7
Kok Kömür ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri İmalatı	4	4	8
Kimyasalların ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı	32	26	58
Temel Eczacılık Ürünlerinin ve Eczacılığa İlişkin Malzemelerin İmalatı	5	4	9
Kauçuk ve Plastik Ürünleri İmalatı	20	26	46
Diğer Metalik Olmayan Minerallerin İmalatı	26	41	67
Ana Metal Sanayi	74	47	121
Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı	21	22	43
Bilgisayarların, Elektronik ve Optik Ürünlerin İmalatı	5	3	8
Elektrikli Teçhizat İmalatı	35	20	55
Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipman İmalatı	11	14	25
Motorlu Kara Taşıtı, Treyler ve Yarı Treyler İmalatı	48	28	76
Diğer Ulaşım Araçları İmalatı	6	5	11
Mobilya İmalatı	6	5	11
Diğer İmalatlar	4	2	6
Elektrik, Gaz, Buhar ve Havalandırma Sistemi Üretim ve Dağıtımı	15	5	20
Toplam	500	500	1000

4.3. Araştırmanın Metodolojisi ve Hipotezleri

Araştırmamızda üçüncü bölümünde yapılan çalışmalar dikkate alındığında sosyal sermaye üzerine yapılan yerel ve yabancı yazında ağırlıklı olarak nicel bir yöntem kullanıldığı gözlenmektedir.

Anketin soruları için Nahapiet ve Ghoshal 1998, Moran ve Ghoshal 1996, Tsai ve Glohashal 1998 çalışmalarından faydalanılarak yapısal ve bilişsel sosyal sermaye Ölçeği, K. Pajak 2006 yılındaki çalışmasında köprülü sosyal sermaye ölçeği, Christoph Houser 2007 yılındaki çalışmasında zayıf bağlar ölçeği, Dünya Değerler Araştırması, Jenny Onyx ve Paul Bullen ve yerel yazındaki çalışmalarından faydalanılarak güçlü bağ, bağlayıcı ve birleştiren sosyal sermaye ölçeği oluşturulmuştur.

Yapılan anket çalışması ile yöneticilerin insanlara, kurumlara, medyaya ve siyasi olan güvenleri; yakın ve uzak ilişkileri; dernek ve vakıflarla olan üyelikleri; firma içi norm, ağ yapıları ve güvenle birlikte demografik özellikleri ile ilgili sorular yer almaktadır (Bkz. Ekler). Anket ilk 1000 firma üzerinde rastgele örneklem yöntemiyle 200 yöneticiye/ katılımcıya uygulanmıştır. Saha çalışması Necmettin Erbakan Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Tez Projelerinin desteği kapsamında desteklenmiş olup, Pandemi nedeniyle anket çalışması online ve alt yüklenici firma eliyle gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 22 paket programı yardımıyla istatistiksel analizler yapılarak, elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır.

Araştırmada kullanılacak olan hipotezler, sosyal sermaye ölçmek için yapılan çalışmaların hipotezlerinden yararlanılarak, Türkiye'deki yöneticilere uyarlanmıştır. Anket soruları sosyal sermaye 3 farklı türünü dikkate alarak hazırlanmıştır. Bu açıdan anketin 1-8 sorular arası demografik özellikler, 9-23 sorular arası zayıf ve

güçlü bağ, 24-45 sorular arası bağlayıcı, köprü kuran ve birleştiren sosyal sermaye ve 46-59 sorular arası yapısal ve bilişsel sosyal sermaye ile ilgilidir.

Temel hipotezi, “Türkiye’de faaliyet gösteren büyük işletmelerdeki yöneticiler ile onların sosyal sermaye tercihleri, üç sosyal sermaye türü ile değerlendirildiğinde yöneticiler güçlü ilişkilerinin geçerli-etkili olduğuna inanmaktadır.” Temel hipotezden yola çıkılarak ortaya konulan oluşturulan alt hipotezler aşağıdaki gibidir;

H1: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin **insanlara** güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin **kurumlara** güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin **medyaya** güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin **siyasi** güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Türkiye’de faaliyet gösteren firmaların yöneticilerinin benzer yapılara sahip **dernek ve gönüllü kuruluşlara** üyelikleri ile güçlü bağları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin **yakın arkadaş ve meslektaşlarıyla** vakit geçirmesi ile bağlayıcı sosyal sermayesi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin çevrelerinde **farklı zevklere/tercihlere sahip insanları** çeşitliliği ile köprü kuran sosyal sermayeleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H8: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin **devletten ya da başka kurumlardan** destek almasına ilişkin algıları ile birleştiren sosyal sermaye arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H9: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin firma içi **iletişim kanallarının** mevcudiyetine ilişkin algıları ile yöneticilerin yapısal sosyal sermayeleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H10: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin **firma içi örgütsel anlayış** varlığına ilişkin düşünceleri ile onların kavramsal sosyal sermayeleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

4.4. Araştırma Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde ilk olarak çalışmaya katılan şirketlerin ve katılımcıların demografik özelliklerini incelenmiştir. Bu inceleme sırasında frekans analizleri ile iki farklı tablo üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Devamında anket sorularının Cronbach Alpha değerleri ve faktör dağılımları incelenmiştir. Sonraki bölümde ise katılımcıların güçlü bağlarını tespit etmek için frekans analizlerine başvurulmuştur. Son bölümde ise zayıf bağlar; bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici sosyal sermaye ve yapısal ve kavramsal sosyal sermaye ölçekleri için betimsel analiz, fark analizleri ve hipotez testleri yapılmıştır.

Analizler yapılırken güven ölçeğinde zayıf bağlara ilişkin bir değerlendirme puanı oluşturmak adına, 13., 22., ve 23. sorulara ilişkin katılımcıların evet cevapları 1 hayır cevapları 0 olarak kodlanmıştır. Ardından üç soruya ilişkin her bir katılımcının puanı toplanarak kişilerin zayıf bağlarına ilişkin değerlendirme skalası oluşturulmuştur. Oluşturulan bu yeni skala ile güven alt boyutları karşılaştırılmıştır. Ayrıca kişilerin güven ölçeğine verdikleri yanıtların toplamı üzerinden güçlü bağ ölçeği değerlendirmesi yapılmıştır.

Tablo 4.2. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları.

Gruplar	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	104	52,0
Erkek	96	48,0
Toplam	200	100
Yaş		
18-25 Yaş Arası	9	4,5
26-35 Yaş Arası	100	50,0
36-45 Yaş Arası	59	29,5
46 Yaş ve Üzeri	32	16,5
Toplam	200	100
Medeni Durum		
Evli	131	65,5
Bekâr	69	34,5
Toplam	200	100
Eğitim Düzeyi		
Ön Lisans	40	20,0
Lisans	144	72,2
Lisansüstü	12	6,0
Toplam	200	100

Tablo 4.2’de katılımcıların demografik özellikleri yer almaktadır. Tabloya göre araştırmaya katılanların %48’i erkek, %52’si kadındır. Yaş düzeylerine göre ele alındığında katılımcıların %4,5’i (9 kişi) 18-25 yaş arasında, %50,0’si (100 kişi) 26-35 yaş arasında, %29,5’i (59 kişi) 36-45 yaş arasında ve %16,5’i (32 kişi) 46 yaş ve üzeri olduğu gözükmemektedir. Yani katılımcıların yarısı gençlerden oluşmaktadır.

Ankete katılanlarının medeni durumları ise %65,5’i (131 kişi) evli, %34,5’i (69 kişi) bekârlardan oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim düzeyleri ise %20’si (40 kişi) ön lisans, %72,2’si (144 kişi) lisans ve %6’sı (12 kişi) lisansüstü mezundur.

Yani katılımcılardan ilkokul ve lise mezunu yokken, lisans mezunu katılımcı sayısı yaklaşık olarak 3/4 oranındadır.

Tablo 4.3. İşletmenin demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları

Gruplar Frekans Yüzde		
İşletme Çalışan Sayısı		
51-250 Kişi	53	26,5
251 Kişi ve Üzeri	147	73,5
Toplam	200	100
İşletme Yapısı		
Aile İşletmesi	2	1,0
Anonim İşletme	181	90,5
LTD İşletme	17	8,5
Toplam	200	100
İşletme Yönetimi		
Aile Üyeleri	18	9,0
Ortaklar	76	38,0
Profesyonel Yöneticiler	106	53,0
Toplam	200	100
İşletme Faaliyet Alanı		
Metal	31	15,5
Makine	11	5,5
Madencilik	2	1,0
Gıda	47	23,5
Plastik	8	4,0
İnşaat Malzeme ve Yapı	16	8,0
Mobilya	1	0,5
Otomotiv Yan Sanayi	20	10,0
Diğer	30	15,5
Toplam	200	100

Tablo 4.3'te işletmenin demografik yapısına ait veriler yer almaktadır. Tabloya göre araştırmaya katılan 53 işletme (%26,5) 51-250 kişi arasında istihdam sağlayan orta büyüklükteki işletmeler ve 147 işletme (%73,5) 251 kişi ve üzeri istihdam sağlayan büyük işletmelerden oluşmaktadır.

İşletmelerin yapısı açısından 2 işletme (%1) aile işletme, 181 işletme (90,5) Anonim işletme ve 17 işletme(%8,5) LTD işletme yapısına sahiptir. İşletmelerin yönetim yapıları ise 18'i (%9) aile üyeleri tarafında, 76'sı (%36,0) ortaklar tarafından ve 106'sı (%53) profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmektedir.

İşletmelerin faaliyet alanları ise 31'i (%15,5) metal, 11'i (%5,5) makine, 2'si (%1) madencilik, 47'si (%23,5) gıda, 8'i (%4) plastik, 16'sı (%8) inşaat yapı ve malzeme, 1'i (%0,5) mobilya, 20'si (%10) otomotiv yan sanayi ve 30'u (%15) diğer faaliyet alanlarında çalışmaktadır. Diğer kısmında yer alan firmaların 11'i (%5,5) kimya, 6'sı (%3) enerji, 4'ü (%2) kağıt üretimi, 3'ü (%1,5) ilaç, 1'i (%0,5) ağaç sanayi, 1'i (%0,5) baskı ve matbaa, 1'i (%0,5) cam imalatı, 1'i (%0,5) hayvancılık, 1'i (%0,5) kablo imalatı ve 1'i (%0,5) yem sanayisinde faaliyet göstermektedir.

4.4.1. Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Faktör analizi birbiriyle bağlantılı birden çok değişkeni bir araya toplayarak az sayıda faktör ile inceleyip açıklamaya çalışan bir istatistiksel tekniktir (Büyüköztürk, 2002). Fakat bütün veri setleri için uygun değildir. Faktör analizi yapılabilmesi için küresellik testini sağlaması gerekmektedir. Yani örneklem büyüklüğünün yeterli olması gerekmektedir. Bundan dolayı faktörün KMO değeri incelenir. KMO testi faktörler arası korelasyonu ve yapılan analizin uygunluğunu inceler. KMO test değeri 0-1 arasında bir değer alır (Yaşlıoğlu, 2017: 75). Bartlett testinin anlamlı olması ve KMO test değerinin 0,60'dan büyük olması halinde faktör analizi yapılabilmesi için uygunluk kazanır (Büyüköztürk, 2002).

Faktör analizi sonucunda belirlenen her bir faktör Cronbach Alfa testine tabi tutulur. Cronbach Alfa testi, aynı faktör altında yer alan soruların arasında birlikteliğin uyumunu belirlemeye çalışır. Güvenilirlik hassasiyetini ölçen bu testin amacı, ölçeği iç tutarlılığını yükseltmektir (Saruhan ve Özdemirci, 2013: 210). İç

tutarlılık, bir testteki tüm öğelerin aynı kavramı veya kurguyu ne ölçüde ölçtüğünü ve dolayısıyla test içindeki öğelerin birbiriyle ilişkili olma derecesini tanımlar (Tavakol ve Dennick, 2011: 53). Cronbach's Alpha değeri 0 ile 1 arasında bir değer alır. Bu değer $0 < \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değil, $0.40 < \alpha < 0.60$ ise düşük güvenilirlikte $0.60 < \alpha < 0.80$ ise oldukça güvenilir $0.80 < \alpha < 1.00$ ise yüksek güvenilirlikte şeklinde yorumlanır (Yıldız ve Uzunsakal, 2018: 19)

Tablo 4.4'te araştırma sonucu elde edilen veriler SPSS 22.0 programı kullanılarak yapılmış olan güvenilirlik analizleri sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4.4. Güvenilirlik analizi.

Ölçekler	Cronbach Alpha
Güven Ölçeği	0,781
Bağlayıcı, Köprü Kuran ve Birleştiren Sosyal Sermaye Ölçeği	0,760
Yapısal ve Kavramsal Sosyal Sermaye Ölçeği	0,899

Güvenilirlik analizi bulgularına göre güven ölçeği Cronbach Alfa değeri 0,60-0,80 arasında olduğu için oldukça güvenilirdir. Bağlayıcı, köprü kuran ve birleştiren sosyal sermaye ölçeği 0,60-0,80 arasında olduğu için oldukça güvenilirdir. Yapısal ve kavramsal sosyal sermaye ölçeği ise 0,80'den büyük olup yüksek derecede güvenilirdir.

4.4.2. Güven Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Faktör analizine başlamadan önce, araştırmada kullanılan güven ölçeği ile 12 soru üzerinden katılımcıların güven düzeyi ölçülmeye çalışılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucu 11. sorunun faktör yük değerinin 0,303 olarak belirlenmesi ile ölçek dışı bırakılmasına karar verilmiştir. Bu kapsamda yeniden yapılan faktör analizi sonuçlarına göre; KMO değeri 0,732 olarak belirlenmiş ve ölçeğin örneklem büyüklüğünün bu analiz için yeterli olduğuna karar verilmiştir. Bartlett's küresellik ölçeği sonucunda ise p değerinin 0,05'in altında çıkması faktör analizi için ölçeğin uygun olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 4.5. Güven Ölçeği.

	Faktörler			
	1	2	3	4
İnsanların çoğunluğu güvenilirdir.				,690
Herhangi bir problemle karşılaştığımızda ailemden ya da yakın arkadaşlarımdan destek isterim.				,858
Politikaya güvenirim			,936	
TBMM'ye güvenirim			,947	
Emniyet Teşkilatına güvenirim	,905			
Adalet Sistemine güvenirim	,870			
Devlet Kurumlarına güvenirim	,915			
STK'lara güvenirim	,640	,334		
Üniversitelere güvenirim	,620			
Görsel Medya güvenirim		,954		
Sosyal Medya güvenirim		,961		
Özdeğer	3,287	2,083	1,838	1,385
Açıklanan Varyans	29,878	18,932	16,705	12,593
Toplam Açıklanan Varyans		78,107		
KMO testi		0,732		
Bartlett Küresellik χ^2		1465,247		
Sig.		0,001		
Cronbach Alfa	0,868	0,981	0,899	0,482
Genel Cronbach Alfa		0,797		

Varimax rotasyonlu faktör analizi uygulanan ölçekte özdeğeri 1'in üzerinde olan 4 faktörlü yapı olduğu belirlenmiştir. Tüm maddelerin faktör yüklerinin 0,3'ün üzerinde olması maddelerin yer aldıkları boyutlara uyum gösterdiklerine işaret etmektedir. Maddeler arasında faktör yük değeri birden fazla boyutta birbirine yakın olan binişik maddeye rastlanmamıştır. Ölçekte yer alan maddelerden oluşan 4 faktörlü yapı ile toplam açıklanan varyans oranı %78,11'dir. 1. Faktör altında değerlendirilen maddeler kurumsal güveni işaret ettiğinden bu faktöre "kurumlara güven" ismi verilmiştir. Kurumlara güven faktörünün açıklanan varyans değeri %29,88'dir. Bu boyutun cronbach alfa değeri 0,868'dir. 2. Faktör altında değerlendirilen maddeler medya güvenini işaret ettiğinden bu faktöre "medyaya güven" ismi verilmiştir. Medyaya güven faktörünün açıklanan varyans değeri

%18,93'tür. Bu boyutun cronbach alfa değeri 0,981'dir. 3. Faktör altında değerlendirilen maddeler siyasi güvenini işaret ettiğinden bu faktöre “siyasi güven” ismi verilmiştir. Siyasi güven faktörünün açıklanan varyans değeri %16,71'dir. Bu boyutun cronbach alfa değeri 0,899'dur. 4. Faktör altında değerlendirilen maddeler insanlara güvenini işaret ettiğinden bu faktöre “insanlara güven” ismi verilmiştir. Siyasi güven faktörünün açıklanan varyans değeri %12,59'dur. Bu boyutun cronbach alfa değeri 0,482'dir. Ölçeğin genel güvenilirlik analizi yeniden yapıldığında ise bu değer 0,797'ye yükseldiği görülmüştür. Ölçekte yer alan insanlara güven faktörü haricindeki tüm boyutlar genel olarak güvenilirliği sağlamaktadır. Yalnızca insanlara güven faktörünün 0,482 düzeyinde düşük güvenilirlikte çıkması ancak faktör yük değerlerinin 0,6'nın üzerinde oluşu ve maddelerin anlamlarının birbiriyle uyumlu oluşu sebebiyle ölçek içerisinde kalmasına karar verilmiştir.

4.4.3. Bağlayıcı- Köprü Kuran- Bağlantı Kuran Sosyal Sermaye Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Faktör analizimize başlamadan önce ölçeğimizdeki 22 soru üzerinden katılımcıların bağlantı türleri analiz edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 4.6. Bağlayıcı- köprü kuran- birleştiren sosyal sermaye ölçeği.

	Faktörler		
	1	2	3
24. Yakın arkadaşlarımla çok sık buluşurum.			,890
25. Hafta sonun dışarda başka insanlarla sıklıkla yemek yerim.			,915
26. İş yerimdeki meslektaşlarımla sıklıkla bir etkinlik yaparım.			,880
27. İşletmemizde ki çalışanlarımızın çoğu akraba ya da tanıdıklardan oluşur.			,370
29. Çevremdeki tanıdığım insanlar benden çok farklı çeşitlilikte yaş grupları vardır.	,541		
30. Çevremdeki tanıdığım insanlar benden çok farklı yaşam stiline sahiptirler.	,616		
32. Çevremdeki tanıdığım insanların benim izlediğimden daha farklı televizyon programları izlerler.	,758		
33. Çevremdeki tanıdığım insanların benim	,766		

dinlediğimden daha farklı müzik dinlerler.			
34. Çevremdeki tanıdığım insanlar benim önemsemişimden daha farklı yazarlara önem verirler	,661		
35. Çevremdeki tanıdığım insanlar benim okuduğumdan daha farklı gazete ve dergi okurlar.	,729		
36. Çevremdeki tanıdığım insanlar benden çok farklı sosyo-ekonomik statüye sahiptirler.	,618		
39. Firmanız TÜBİTAK gibi kurum veya kuruluşlarla ortak bir çalışma yapar.	,749		
40. Firmanız üniversitelerle birlikte herhangi bir konu hakkında destek alma ya da ortak bir çalışma yürütme konusunda sıklıkla faaliyetlerde bulunur.	,738		
41. Firmamızı kendisiyle farklı amacı taşıyan başka grup ya da kuruluşlarla faaliyette bulunur.	,635		
42. Firmamız devletten ya da başka kurumlardan sıklıkla destek alır.	,657		
43. Devlet destekli hizmetlerin planlanması, işletilmesi ve sürdürülmesinde firmamız sıklıkla faaliyette bulunur.	,734		
44. Firmamız çeşitli hükümet gelişim planlama süreçlerinden sıklıkla katılır.	,730		
45. Son bir yılda içerisinde toplum yararına bir konu hakkında kamu kurumlarına ya da politik liderlerle görüşme veya yazışmalar yaptım.	,376		
Özdeğer	3,332	3,240	2,588
Açıklanan Varyans	18,509	18,002	14,380
Toplam Açıklanan Varyans		50,89	
KMO testi		0,761	
Bartlett Küresellik χ^2		1314,441	
Sig.		0,001	
Cronbach Alfa	0,802	0,789	0,787
Genel Cronbach Alfa		0,78	

Ölçekte yer alan 37. ve 38. maddeler olumsuz ifade içerdiğinden ters çevrilerek analize dahil edilmiştir. Ancak yapılan faktör analizi sonucunda birden fazla faktör altında temsil edildikleri tespit edildiğinden ölçek dışı bırakılmışlardır. Bunun yanında 28. ve 31. maddelerin faktör yük değerlerinin 0,3'ün altında olması

sebebiyle faktör analizi dışında bırakılmıştır. Elde edilen bu yeni yapıda özdeğeri 1'in üzerinde ve açıklanan varyansı 5'in üzerinde olan 3 faktörlü yapı olduğu görülmüştür. Bu sebeple 3 faktörlü yapı test edilmiştir. Bu kapsamda yeniden yapılan faktör analizi sonuçlarına göre; KMO değeri 0,761 olarak belirlenmiş ve ölçeğin örneklem büyüklüğünün bu analiz için yeterli olduğuna karar verilmiştir. Bartlett's küresellik ölçeği sonucunda ise p değerinin 0,05'in altında çıkması faktör analizi için ölçeğin uygun olduğuna işaret etmektedir.

Tüm maddelerin faktör yüklerinin 0,3'ün üzerinde olması maddelerin yer aldıkları boyutlara uyum gösterdiklerine işaret etmektedir. Maddeler arasında faktör yük değeri birden fazla boyutta birbirine yakın olan binişik maddeye rastlanmamıştır. Ölçekte yer alan maddelerden oluşan 3 faktörlü yapı ile toplam açıklanan varyans oranı %50,89'dur. 1. Faktör altında değerlendirilen maddeler literatür ile uyumlu olarak bağlayıcı sosyal sermaye öğelerini içerdiğinden bu faktöre "bağlayıcı sosyal sermaye" adı verilmiştir. Bu faktörün açıklanan varyans değeri %18,51'dir ve cronbach alfa değeri 0,800'dür. 2. Faktör altında değerlendirilen maddeler literatürde orijinal ölçekte köprü kuran sosyal sermaye maddelerini işaret ettiğinden bu faktöre "köprü kuran sosyal sermaye" ismi verilmiştir. Bu faktörün açıklanan varyans değeri %18 olup cronbach alfa değeri 0,789'dur. 3. Faktör altında değerlendirilen maddeler ise yine literatür ile uyumlu biçimde çıkarak "birleştirici sosyal sermaye" ismini almıştır. Bu faktörün açıklanan varyans değeri %14,38'dir. Bu boyutun cronbach alfa değeri 0,787'dir. Ölçeğin genel güvenilirlik analizi yeniden yapıldığında ise bu değer 0,780'e yükseldiği görülmüştür.

4.4.4. Yapısal ve Kavramsal Sosyal Sermaye Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Yapısal ve Kavramsal sosyal sermaye ölçeğine 13 soru üzerinden faktör analizine tabi tutulmuştur. İlk faktör dağılımında 47,48 ve 55. soruların birden fazla maddede birbirine yakın değerlerde temsil edilmesi sebebiyle analiz dışı bırakılmıştır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen ikinci faktör analizi sonucunda elde edilen yeni yapıda özdeğeri 1'in üzerinde ve açıklanan varyansı 5'in üzerinde olan 2 faktörlü yapı olduğu görülmüştür. Bu sebeple 2 faktörlü yapı test edilmiştir. Bu

kapsamda yeniden yapılan faktör analizi sonuçlarına göre; KMO değeri 0,865 olarak belirlenmiş ve ölçeğin örneklem büyüklüğünün bu analiz için yeterli olduğuna karar verilmiştir. Bartlett's küresellik ölçeği sonucunda ise p değerinin 0,05'in altında çıkması faktör analizi için ölçeğin uygun olduğuna işaret etmektedir.

Faktör değerleri birbirine yakın olan 46., 49. ve 54. soruların faktör yüklerinin 0,30'dan büyük olması ve maddenin iki faktörü arasındaki yük değeri farkının yüksek yük değerine sahip faktörün 10'da 1'inden az olmaması (binişik madde) şartıyla maddeler belirlenen faktörün altında değerlendirilebilir (Tabachnick & Fidell, 2007). Belirlenen üç maddenin bu sebeple binişik madde olarak değerlendirilmediği görülmüştür.

Tablo 4.7. Yapısal ve kavramsal sosyal sermaye ölçeği.

	Faktör	
	1	2
52. Firmamızda kullandığımız ortak dil sahip olunan ve paylaşılan bilgileri elde etmede, yorumlamada ve anlamada etkinlik sağlar.	,779	
53. Firmamızda kullandığımız ortak dil, mevcut bilgilerden yeni bilgiler elde edilmesinde kolaylık sağlar.	,754	,301
57. Firmamızda örgütsel anlayış, farklı bireysel ve kültürel değerlere dayalı iletişim ve ilişkilerin oluşmasına olanak sağlamaktadır	,748	
51. Firmamızda birbirimizi anlamamızı ve iletişime geçmemizi kolaylaştıracak ortak terimler, ifadeler ve sözlerden oluşan bir dil kullanırız.	,691	,315
58. Firmamızda anlatılan başarı hikâyeleri; bireyler ve birimler için bilgi ve değerlerin yaratılmasında, paylaşılmasında ve saklanmasında yol gösterici olur	,626	
54. Firmamızda iletişim kanalları başkalarının sahip olduğu bilgilere erişimime olanak sağlamaktadır	,473	,573
50. Firmamızda iletişim kanalı yoğun miktarda bilgi ve çok sayıda bilgi paylaşımını gerçekleştirecek kişi ve birime sahiptir.		,841
56. Firmamızda iletişim kanalı, bilgisini paylaşmak isteyen kişi ve birimlerin kolayca iletişim ağına katılmasına olanak sağlar	,306	,644
46. Firmamızda bilgilerimizi diğerleriyle paylaşabileceğimiz iletişim kanalları mevcuttur.	,513	,600
49. Firmamızdaki iletişim ağı, iletişim ağı içinde bulunan kişilere bilgilerini paylaşma ve dağıtma olanaklarından haberdar olma fırsatı sağlar.	,492	,598

Özdeğer	3,553	2,339
Açıklanan Varyans %	35,532	23,395
Toplam Açıklanan Varyans %	58,927	
KMO testi	0,865	
Bartlett Küresellik χ^2	855,505	
Sig.	0,001	
Cronbach Alfa	0,815	0,755
Genel Cronbach Alfa	0,856	

Ölçekte yer alan 52., 53., 51., 57., ve 58. maddeler birarada yapı göstererek literatür ile uyumlu biçimde yapısal sosyal sermayeyi temsil ettiğinden bu boyuta “yapısal sosyal sermaye” ismi verilmiştir. Bu faktörün açıklama oranı %35,53 olup, cronbach alfa değeri ise 0,815’tir. İkinci boyutta ise 54, 50, 56, 46 ve 49. maddeler ortak bir yapı göstererek literatür ile uyumlu biçimde kavramsal sosyal sermayeyi temsil ettiğinden bu boyuta “kavramsal sosyal sermaye” ismi verilmiştir. Bu faktörün açıklama oranı %23,39 olup, cronbach alfa değeri ise 0,755’tir. Ölçeğin genel güvenilirlik analizi yeniden yapıldığında ise bu değer 0,856 olduğu belirlenmiştir.

Faktör analizi ve güvenilirlik analizinden sonra değişkelerin normal dağılım özelliği gösterip göstermediğini test etmek için faktörlerin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir.

Tablo 4.8. Normal dağılıma ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri.

Değişkenler	Faktörler	Çarpıklık	Basıklık
Güven Ölçeği	İnsanlara Güven	0,136	-0,614
	Siyasi Güven	0,510	-0,712
	Kurumlara Güven	-1,540	2,941
	Medya Güven	0,180	-0,100
Bağlayıcı- Köprü Kuran- Bağlantı Kuran Sosyal Sermaye Ölçeği	Bağlayıcı	0,094	-0,784
	Köprü Kuran	-0,491	1,270
	Birleştiren	-0,815	1,172
Yapısal ve Bilişsel Sosyal Sermaye Ölçeği	Yapısal	-0,875	0,209
	Bilişsel	-0,780	0,822

Verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri -2,0 ile +2,0 arasında bir değer olması normal dağılım olduğunu gösterir (George & Mallery, 2010). Değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 4.8'deki gibidir. Elde edilen sonuçlara göre oluşturulan bu yeni yapıdaki tüm maddelerin çarpıklık ve basıklık değerleri beklenen aralıkta olup, normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle parametrik testlerin tercihi uygun bulunmuştur.

4.4.5. Frekans Analizi

Bu bölümde katılımcıların gönüllü kuruluşlara üyelikleri üzerinden onları zayıf ve güçlü bağ yapıları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda katılımcıların gönüllü kuruluşlara olan ilişkisel tutumları ölçülmeyi amaçlanmıştır.

Tablo 4.9. Katılımcıların gönüllü kuruluşlara üyelik durumları.

Herhangi bir gruba gönüllü olarak katılıyor musunuz?	N (Kişi Sayısı)	% (Yüzde)
Evet	29	14,5
Hayır	171	85,5
Toplam	200	100,0

İlk olarak “Herhangi bir gruba gönüllü olarak katılıyor musunuz” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 4.9’da bu soruya verilen cevaplar yer almaktadır. Tabloya göre katılımcıların %14,5 (29 kişi) üye olduğunu belirtirken %85,5’i (171 kişi) üye olmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 4.10. Katılımcıların farklı gönüllü kuruluşlara üyelik durumları.

Üyesi olduğunuz Ticaret ve Sanayi Odası hariç aşağıdaki dernek veya gruplardan, STK’lardan hangilerine üyesiniz?	N (Kişi Sayısı)	% (Yüzde)
Spor kulüpleri	3	1,5
Ortak inanç ve değerleri benimseyen kuruluşlara	13	6,5
Ticari faaliyet destekleyen kurum ve kuruluşlara	4	2,0
Bilim, Sanat ve Kültür derneklerine	9	4,5
Hiç birine üye değilim	171	85,5
Toplam	200	100,0

Tablo 4.10’da katılımcıların yani şirket yöneticilerin çalıştıkları işletmenin yasal zorunlulukları olmadan diğer dernek ve STK’lar gibi kaç farklı gönüllü kuruluşa üye oldukları ilişkin bilgiler frekans analiz ile tespit edilmiştir. Üye olan 29 katılımcının 3’ü (%1,5) spor kulüplerine, 13’ü (%6,5) benzer inançları paylaştıkları kuruluşlara, 4’ü (%2,0) ticari faaliyetlere katkısı olan kuruluşlara, 9’ı (%4,5) bilim, sanat ve kültür derneklerine üye olduklarını belirtmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun herhangi bir gönüllü kuruluşa üyeliği yok iken üye olan kişilerinde farklı derneklere üyelikleri söz konusudur.

Tablo 4.11. Katılımcıların gönüllü kuruluşlardaki aktiflik durumu.

Bu kuruluş ve derneklere ne kadar aktifsiniz?	N (Kişi Sayısı)	% (Yüzde)	%(Geçerli Yüzde)
Evet	5	2,5	27,8
Hayır	13	6,5	72,2
Geçerli toplam	18	9,0	100,0
Cevap Vermeyenler	182	91,0	-
Toplam	200	100,0	-

Tablo 4.11’de üye olan bu katılımcıların derneklerdeki rolleri ise onların bu gönüllü kuruluşa katılım amaçlarının bir göstergesi kabul edilebilir. Bu açıdan katılımcılardan sadece 29’u gönüllü kuruluşlara üye iken bunlar içinden sadece 5’i (%2,5) aktif olarak faaliyetlerde yer almaktadır. Ayrıca bu 29 kişiden 13’ü (%6,5) aktif olmadıkları söylerken üye olup da cevap vermeyen 11 (%5,5) kişi ile 182 (%91,0) kişi hiç cevap vermemiştir.

Tablo 4.12. Katılımcıların son üç yıl gönüllü kuruluşlardaki aktifliği.

Son üç yıl içinde üyesi olduğunuz veya olmadığınız herhangi bir çalışma grubunda ya da projenin içinde yer aldınız mı?	N (Kişi Sayısı)	% (Yüzde)	%(Geçerli Yüzde)
Evet	5	2,5	33,3
Hayır	13	6,5	66,7
Geçerli toplam	18	9,0	100,0
Cevap Vermeyenler	182	91,0	-
Toplam	200	100,0	-

Tablo 4.12’de katılımcıların faaliyetlerdeki aktiflik durumun geçerliliğini öğrenmek için onları “son üç yıl içinde üyesi olduğunuz veya olmadığınız herhangi bir çalışma grubunda ya da projenin içinde yer aldınız mı” şeklinde soru yöneltilmiştir. Bu soruya 5’i (%2,5) son üç yıl içinde faaliyette bulunmadığını söylerken 13’ü (%6,5) son 3 yılda faaliyette bulunmadıkların dile getirmiştir. Bir önceki soru ile aynı şekilde 11 (%5,5) kişi cevap vermemiştir.

Tablo 4.13. Üyesi oldukları gönüllü kuruluşların sosyo-ekonomik yapısı.

Üyesi olduğunuz derneklerde, üyeler benzer sosyo-ekonomik yapıya sahip mi?	N (Kişi Sayısı)	% (Yüzde)	%(Geçerli Yüzde)
Evet	6	3,0	33,3
Hayır	12	6,0	66,7
Geçerli toplam	18	9,0	100,0
Cevap Vermeyenler	182	91,0	-
Toplam	200	100,0	-

Tablo 4.13’te katılımcıların üyesi oldukları gönüllü kuruluşların sosyo-ekonomik yapılarını belirlemek için “üyesi olduğunuz derneklerde, üyeler benzer sosyo-ekonomik yapıya sahip mi?” benzerlikleri ilişkin veriler yer almaktadır. Katılımcıların 6’sı (%3) benzer yapıdaki kuruluşlara üye olduğunu söylerken, 12’si (%6) farklı yapıdaki kuruluşlara olduğunu söylemiştir.

Tablo 4.14. Üyesi oldukları gönüllü kuruluşların dini görüş çeşitliliği bakımından yapısı.

Üyesi olduğunuz derneklerde, dernek üyeleri çoğunlukla aynı inanca sahip mi?	N (Kişi Sayısı)	% (Yüzde)	%(Geçerli Yüzde)
Evet	8	4,0	44,4
Hayır	10	5,0	55,6
Geçerli toplam	18	9,0	100,0
Cevap Vermeyenler	182	91,0	-
Toplam	200	100,0	-

Tablo 4.14’te katılımcıların üyesi oldukları gönüllü kuruluşların farklı dini görüşe olan saygılarını ölçmek amacıyla “üyesi olduğunuz derneklerde, dernek üyeleri çoğunlukla aynı inanca sahip mi?” sorusuna verilen cevaplar görülmektedir. Üye olup da soruları cevaplamayanlar haricinde 18 kişiden 10’u (%55,6) farklı dine

inan kişilerinde olduğunu, 8'i (%44,4) ise aynı dini görüşe inandıklarını söylemişlerdir.

Tablo 4.15. Üyesi oldukları gönüllü kuruluşların politik görüş çeşitliliği.

Üyesi olduğunuz derneklerde, dernek üyeleri aynı politik görüşümü benimsiyor mu?	N (Kişi Sayısı)	% (Yüzde)	%(Geçerli Yüzde)
Evet	-	-	-
Hayır	18	9,0	100,0
Geçerli toplam	18	9,0	100,0
Cevap Vermeyenler	182	91,0	-
Toplam	200	100,0	-

Tablo 4.15'te üyesi olunan gönüllü kuruluşların siyasi ve politik görüş çeşitliliğini öğrenmek için "üyesi olduğunuz derneklerde, dernek üyeleri aynı politik görüşümü benimsiyor mu?" sorusuna verilen yanıt bulunmaktadır. Gönüllü kuruluşa üye olup da fikir belirten 18 (%9) kişinin hepsi üye oldukları derneklerin farklı politik görüşe sahip olan üyelere ifade etmiştir.

Tablo 4.16. Çok kültürlü bir çevreye karşı tutumu.

Çok kültürlü bir yapı olması yaşadığım çevreyi daha iyi hale getireceğini düşünürüm?	N (Kişi Sayısı)	% (Yüzde)
Evet	15	7,5
Hayır	3	1,5
Cevap Vermeyenler	182	91,0
Toplam	200	100,0

Tablo 4.16'da katılımcıların çeşitli kültürlerle bir arada yaşamaya karşı tutumunu ölçmek için "çok kültürlü bir yapı olması yaşadığım çevreyi daha iyi hale getireceğini düşünürüm?" sorusuna verilen yanıtlar bulunmaktadır. Katılımcıların 15'i (%7,5) daha iyi hale getireceği yanıtını verirken 3'ü (%1,5) daha kötü olacağını yanıtını vermiştir. Ayrıca bu soruya da 182'si (%91,0) cevap vermemiştir.

Tablo 4.17. Farklı yaşam tarzlarına tutumu.

Farklı yaşam biçimleri olan insanlarla bir arada yaşamak beni mutlu eder?	N (Kişi Sayısı)	% (Yüzde)
Evet	-	-
Hayır	18	9,0
Cevap Vermeyenler	182	91,0
Toplam	200	100,0

Tablo 4.17’de ise katılımcıların farklı yaşam tarzlarına olan tutumlarını ölçmek için “Farklı yaşam biçimleri olan insanlarla bir arada yaşamak beni mutlu eder?” sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır. Katılımcılarda hiçbiri evet cevabını vermezken sadece 18’i (%9,0) hayır cevabını vermektedir. Ayrıca bu soru 182’si (%91,0) cevap vermemiştir. Katılımcıların küçük bir kısmı farklı yaşam biçimlerini olumsuz bakarken büyük bir kısmı fikir belirtmemiştir.

Tablo 4.18. Katılımcıların toplumsal sorumluluklara karşı tutumları.

Doğrudan size faydası olamasa bile çevrenizdeki pek çok insana faydası olacak bir proje için zaman ya da paranızı harcadınız mı?	N	%
Evet	136	68,0
Hayır	64	32,0
Toplam	200	100,0

Tablo 4.18’de katılımcıların toplumsal sorumluluklara ilişkin tutumlarını öğrenmek için “doğrudan size faydası olamasa bile çevrenizdeki pek çok insana faydası olacak bir proje için zaman ya da paranızı harcadınız mı?” sorusuna ilişkin cevaplar gözükmemektedir. Katılımcılardan 136’sı (%68,0) evet yanıtını verirken 64’ü (%32,0) hayır yanıtını vermiştir. Bu açıdan yöneticilerin büyük bir kısmı gönüllü kuruluşlara üye olmasalar bile topluma faydası olacak bir şey için zaman ve para harcadıkları sonucuna ulaşabiliriz.

Tablo 4.19. Katılımcıların benzer amaçlar doğrultusunda işbirliği tutumları.

Firmamızı kendisiyle aynı amacı taşıyan başka grup ya da kuruluşlarla faaliyette bulunur mu?	N	%
Evet	193	96,5
Hayır	7	3,5
Toplam	200	100,0

Tablo 4.19’da katılımcılar kendi amaçları ile uyuşan kişilerle işbirliği yapmalarını karşı tutumlarını ölçmek için “Firmamızı kendisiyle aynı amacı taşıyan başka grup ya da kuruluşlarla faaliyette bulunur mu? soruna verilen yanıtlar yer almaktadır. Tabloya göre katılımcıların 193’ü (96,5) evet yanıtı verirken 7’si (%3,5) hayır yanıtı vermiştir. Yani katılımcıların benzer fikirleri olan kişilerle daha iyi işbirliği yapabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

4.5. Ölçeklere İlişkin Temel Betimsel İstatistikler

Bu bölümde ankette kullanılan ölçeklerin değişkenlerinin betimsel analizi yapılmıştır.

Tablo 4.20. Değişkenlere ait ortalama ve standart sapma değerleri.

Faktörler	Ortalama	Standart Sapma
İnsanlara Güven	2,76	0,85
Siyasi Güven	2,54	0,98
Kurumlara Güven	3,62	0,57
Medya Güven	2,25	0,79
Bağlayıcı Sosyal Sermaye	2,16	0,69
Köprü Kuran Sosyal Sermaye	2,71	0,52
Birleştiren Sosyal Sermaye	3,10	0,52
Yapısal Sosyal Sermaye	3,94	0,63
Bilişsel Sosyal Sermaye	3,77	0,72

Tablo 4.20’ye göre güven ölçeğindeki insanlara güven faktörünün ortalaması $2,76 \pm 0,85$, siyasi güven faktörünün ortalaması $2,54 \pm 0,98$, kurumlara güven faktörünün ortalaması $3,62 \pm 0,57$, medya güven faktörünün ortalaması $2,25 \pm 0,79$ olarak bulunmuştur. Bu faktörler içerisinde kurumlara güven faktörünün güven

içerisinde en yüksek değere sahip olduğu söylenebilir. Diğer üç faktöründe ortalama değerleri birbirlerine yakın gözükmetedir.

Bağlayıcı, köprü kuran ve bağlantı kuran sosyal sermaye ölçeğinde bağlayıcı sosyal sermaye ortalaması $2,16\pm 0,69$, köprü kuran sosyal sermaye ortalaması $2,71\pm 0,52$, birleştiren sosyal sermaye ortalaması $3,10\pm 0,52$ olarak bulunmuştur. Bu faktörler içinde birleştiren sosyal sermayenin en yüksek değere sahip olduğu söylenebilir.

Yapısal ve kavramsal sosyal sermaye ölçeğinde yapısal sosyal sermaye ortalaması $3,94\pm 0,63$, kavramsal sosyal sermaye ortalaması $3,77\pm 0,72$ olarak bulunmuştur. Bu faktörler içinde yapısal sosyal sermayenin en yüksek değere sahip olduğu söylenebilir.

4.6. Fark Analizleri

Çalışmada gruplar arasındaki farklılık olup olmadığını tespit üzere iki kategorili değişkenler için bağımsız örneklem t testi, üç ve daha fazla kategorili değişkenler için ise tek yönlü Anova testi uygulanmıştır (Saruhan ve Özdemirci, 2013: 279-282).

Tablo 4.21. Cinsiyete göre T-testi fark analizi.

Değişkenler	Gruplar	N	\bar{X}	SS	t	df	P																																																																																												
İnsanlara Güven	Erkek	96	2,81	,88	0,796	198	0,427																																																																																												
	Kadın	104	2,71	,82				Siyasi Güven	Erkek	96	2,41	,93	-1,9	198	0,059	Kadın	104	2,67	1,02	Kurumlara Güven	Erkek	96	3,67	,41	1,224	198	0,222	Kadın	104	3,58	,68	Medya Güven	Erkek	96	2,22	,79	-0,361	198	0,719	Kadın	104	2,26	,79	Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,17	,68	0,234	198	0,816	Kadın	104	2,15	,70	Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,72	,51	0,33	198	0,742	Kadın	104	2,70	,52	Birleştiren Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,09	,48	-0,415	198	0,678	Kadın	104	3,12	,55	Yapısal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,94	,65	0,079	198	0,937	Kadın	104	3,93	,62	Kavramsal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,76	,69	-0,256	198	0,798
Siyasi Güven	Erkek	96	2,41	,93	-1,9	198	0,059																																																																																												
	Kadın	104	2,67	1,02				Kurumlara Güven	Erkek	96	3,67	,41	1,224	198	0,222	Kadın	104	3,58	,68	Medya Güven	Erkek	96	2,22	,79	-0,361	198	0,719	Kadın	104	2,26	,79	Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,17	,68	0,234	198	0,816	Kadın	104	2,15	,70	Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,72	,51	0,33	198	0,742	Kadın	104	2,70	,52	Birleştiren Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,09	,48	-0,415	198	0,678	Kadın	104	3,12	,55	Yapısal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,94	,65	0,079	198	0,937	Kadın	104	3,93	,62	Kavramsal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,76	,69	-0,256	198	0,798	Kadın	104	3,78	,76								
Kurumlara Güven	Erkek	96	3,67	,41	1,224	198	0,222																																																																																												
	Kadın	104	3,58	,68				Medya Güven	Erkek	96	2,22	,79	-0,361	198	0,719	Kadın	104	2,26	,79	Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,17	,68	0,234	198	0,816	Kadın	104	2,15	,70	Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,72	,51	0,33	198	0,742	Kadın	104	2,70	,52	Birleştiren Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,09	,48	-0,415	198	0,678	Kadın	104	3,12	,55	Yapısal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,94	,65	0,079	198	0,937	Kadın	104	3,93	,62	Kavramsal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,76	,69	-0,256	198	0,798	Kadın	104	3,78	,76																				
Medya Güven	Erkek	96	2,22	,79	-0,361	198	0,719																																																																																												
	Kadın	104	2,26	,79				Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,17	,68	0,234	198	0,816	Kadın	104	2,15	,70	Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,72	,51	0,33	198	0,742	Kadın	104	2,70	,52	Birleştiren Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,09	,48	-0,415	198	0,678	Kadın	104	3,12	,55	Yapısal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,94	,65	0,079	198	0,937	Kadın	104	3,93	,62	Kavramsal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,76	,69	-0,256	198	0,798	Kadın	104	3,78	,76																																
Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,17	,68	0,234	198	0,816																																																																																												
	Kadın	104	2,15	,70				Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,72	,51	0,33	198	0,742	Kadın	104	2,70	,52	Birleştiren Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,09	,48	-0,415	198	0,678	Kadın	104	3,12	,55	Yapısal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,94	,65	0,079	198	0,937	Kadın	104	3,93	,62	Kavramsal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,76	,69	-0,256	198	0,798	Kadın	104	3,78	,76																																												
Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Erkek	96	2,72	,51	0,33	198	0,742																																																																																												
	Kadın	104	2,70	,52				Birleştiren Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,09	,48	-0,415	198	0,678	Kadın	104	3,12	,55	Yapısal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,94	,65	0,079	198	0,937	Kadın	104	3,93	,62	Kavramsal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,76	,69	-0,256	198	0,798	Kadın	104	3,78	,76																																																								
Birleştiren Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,09	,48	-0,415	198	0,678																																																																																												
	Kadın	104	3,12	,55				Yapısal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,94	,65	0,079	198	0,937	Kadın	104	3,93	,62	Kavramsal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,76	,69	-0,256	198	0,798	Kadın	104	3,78	,76																																																																				
Yapısal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,94	,65	0,079	198	0,937																																																																																												
	Kadın	104	3,93	,62				Kavramsal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,76	,69	-0,256	198	0,798	Kadın	104	3,78	,76																																																																																
Kavramsal Sosyal Sermaye	Erkek	96	3,76	,69	-0,256	198	0,798																																																																																												
	Kadın	104	3,78	,76																																																																																															

Cinsiyete göre bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 4.21’de yer almaktadır. Elde edilen sonuçlara göre ölçek alt boyutlarının tamamında cinsiyete dayalı anlamlı bir farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Kadın ve erkek katılımcıların hem güven, hem de bağlayıcı, köprü kuran ve birleştiren sosyal sermaye ile yapısal ve kavramsal sosyal sermaye unsurlarına ilişkin değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.22. Medeni Duruma göre T-testi fark analizi.

Değişkenler	Gruplar	N	\bar{X}	SS	t	df	P
İnsanlara Güven	Bekar	69	2,70	0,81	-0,747	198	0,456
	Evli	131	2,79	0,87			
Siyasi Güven	Bekar	69	2,54	0,98	0,01	198	0,992
	Evli	131	2,54	0,98			
Kurumlara Güven	Bekar	69	3,61	0,50	-0,293	198	0,77
	Evli	131	3,63	0,60			
Medya Güven	Bekar	69	2,24	0,79	-0,076	198	0,94
	Evli	131	2,25	0,79			
Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Bekar	69	2,20	0,71	0,638	198	0,524
	Evli	131	2,14	0,68			
Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Bekar	69	2,67	0,53	-0,822	198	0,412
	Evli	131	2,73	0,51			
Birleştiren Sosyal Sermaye	Bekar	69	3,02	0,53	-1,54	198	0,125
	Evli	131	3,14	0,51			
Yapısal Sosyal Sermaye	Bekar	69	3,93	0,58	-0,076	198	0,939
	Evli	131	3,94	0,65			
Kavramsal Sosyal Sermaye	Bekar	69	3,69	0,64	-1,207	198	0,229
	Evli	131	3,82	0,76			

Medeni duruma göre bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 4.22’de yer almaktadır. Elde edilen sonuçlara göre ölçek alt boyutlarının tamamında medeni duruma dayalı anlamlı bir farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Evli ve bekar katılımcıların hem güven, hem de birleştiren köprü kuran ve bağlayıcı sosyal sermaye ile yapısal ve kavramsal sosyal sermaye unsurlarına ilişkin değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların yaş kategorilerine göre bir farklılığın olup olmadığının tespiti için tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Analizlerle ilişkin veriler aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 4.23. Yaşa göre tek yönlü varyans fark analizi.

Değişkenler	Gruplar	N	\bar{X}	SS	F	df	P
İnsanlara Güven	18-25	9	2,33	0,61	1,223	196	0,303
	26-35	100	2,8	0,86			
	35-45	59	2,83	0,71			
	45-55	32	2,63	1,05			
Siyasi Güven	18-25	9	3,06	1,18	0,986	196	0,400
	26-35	100	2,56	0,93			
	35-45	59	2,47	0,98			
	45-55	32	2,47	1,08			
Kurumlara Güven	18-25	9	3,51	0,71	0,163	196	0,920
	26-35	100	3,63	0,51			
	35-45	59	3,63	0,61			
	45-55	32	3,59	0,64			
Medyaya Güven	18-25	9	2,22	1,09	1,488	196	0,220
	26-35	100	2,35	0,71			
	35-45	59	2,19	0,85			
	45-55	32	2,03	0,82			
Bağlayıcı Sosyal Sermaye	18-25	9	2,33	0,82	2,368	196	0,070
	26-35	100	2,14	0,66			
	35-45	59	2,3	0,66			
	45-55	32	1,92	0,76			
Köprü Kuran Sosyal Sermaye	18-25	9	2,56	0,5	1,635	196	0,180
	26-35	100	2,75	0,55			
	35-45	59	2,76	0,39			
	45-55	32	2,55	0,58			
Birleştirici Sosyal Sermaye	18-25	9	3,25	0,17	0,615	196	0,610
	26-35	100	3,13	0,54			
	35-45	59	3,07	0,49			
	45-55	32	3,04	0,54			
Yapısal Sosyal Sermaye	18-25	9	4,27	0,36	1,974	196	0,120
	26-35	100	3,87	0,64			
	35-45	59	3,92	0,59			
	45-55	32	4,1	0,68			
Kavramsal Sosyal Sermaye	18-25	9	3,49	0,57	1,585	196	0,190
	26-35	100	3,71	0,69			
	35-45	59	3,81	0,76			
	45-55	32	3,98	0,77			

Elde edilen sonuçlara göre ölçek alt boyutlarının tamamında yaş kategorilerine dayalı anlamlı bir farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Katılımcıların hem güven, hem de birleştiren köprü kuran ve bağlayıcı sosyal

sermaye ile yapısal ve kavramsal sosyal sermaye unsurlarına ilişkin değerlendirmeleri arasında yaşları anlamlı bir farklılık oluşturmamaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim durumu göre bir farklılığın olup olmadığının tespiti için tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Analizlerle ilişkin veriler aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 4.24. Eğitim durumlarına göre tek yönlü varyans fark analizi.

		N	\bar{X}	SS	F	df	P
İnsanlara Güven	Lise	4	3,25	0,96	196	196	0,12
	Ön lisans	40	2,51	0,90			
	Lisans	144	2,82	0,84			
	Lisansüstü	12	2,63	0,57			
Siyasi Güven	Lise	4	2,13	0,25	0,71	196	0,547
	Ön lisans	40	2,61	1,02			
	Lisans	144	2,51	0,98			
	Lisansüstü	12	2,83	1,07			
Kurumlara Güven	Lise	4	3,35	0,94	2,285	196	0,08
	Ön lisans	40	3,45	0,59			
	Lisans	144	3,66	0,56			
	Lisansüstü	12	3,82	0,18			
Medyaya Güven	Lise	4	2,25	0,96	1,319	196	0,296
	Ön lisans	40	2,03	0,86			
	Lisans	144	2,31	0,78			
	Lisansüstü	12	2,25	0,62			
Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Lise	4	2,25	,79	0,884	196	0,471
	Ön lisans	40	2,11	,81			
	Lisans	144	2,14	,66			
	Lisansüstü	12	2,45	,54			
Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Lise	4	2,96	0,73	0,572	196	0,634
	Ön lisans	40	2,65	0,49			
	Lisans	144	2,73	0,52			
	Lisansüstü	12	2,65	0,57			
Birleştirici Sosyal Sermaye	Lise	4	3,36	0,47	1,059	196	0,368
	Ön lisans	40	2,99	0,38			
	Lisans	144	3,12	0,56			
	Lisansüstü	12	3,13	0,43			
Yapısal Sosyal Sermaye	Lise	4	3,70	0,96	2,531	196	0,058
	Ön lisans	40	4,08	0,56			
	Lisans	144	3,88	0,64			
	Lisansüstü	12	4,28	0,35			
Kavramsal Sosyal Sermaye	Lise	4	3,50	0,81	3,264	196	0,022*
	Ön lisans	40	3,90	0,69			
	Lisans	144	3,70	0,74			
	Lisansüstü	12	4,30	0,34			

Elde edilen sonuçlara göre güven ölçeği ve bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici sosyal sermaye ölçek alt boyutlarının tamamında eğitim durumuna bağlı anlamlı bir farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Ancak katılımcıların kavramsal sosyal sermaye değerlendirmesinde eğitim durumlarına dayalı olarak istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Yapılan post hoc testi sonuçlarına göre; lisansüstü eğitime sahip bireyler en yüksek değerlendirmeye sahip iken ($4,30\pm 0,34$), lise mezunu bireyler ise en düşük ($3,50\pm 0,81$) değerlendirmeye sahip olup, lise ve lisans mezunu katılımcıların değerlendirmeleri ile lisansüstü mezunu katılımcıların değerlendirmeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların işletmelerinin yapısına göre bir farklılığın olup olmadığının tespiti için tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Analizlerle ilişkin veriler aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 4.25. İşletme yapısına göre tek yönlü varyans fark analizi.

Değişkenler	Gruplar	N	\bar{X}	SS	F	df	P
İnsanlara Güven	Aile İşletmesi	2	2,50	,71	1,489	197	0,228
	Anonim Şirket	181	2,73	,84			
	LTD Diğer	17	3,09	,96			
Siyasi Güven	Aile İşletmesi	2	2,25	,35	0,446	197	0,641
	Anonim Şirket	181	2,56	1,00			
	LTD Diğer	17	2,35	,86			
Kurumlara Güven	Aile İşletmesi	2	3,00	1,41	3,507	197	0,032
	Anonim Şirket	181	3,65	,54			
	LTD Diğer	17	3,35	,70			
Medyaya Güven	Aile İşletmesi	2	1,00	,00	2,846	197	0,060
	Anonim Şirket	181	2,27	,79			
	LTD Diğer	17	2,12	,70			
Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Aile İşletmesi	2	3,00	,35	2,451	197	0,089
	Anonim Şirket	181	2,13	,69			
	LTD Diğer	17	2,37	,63			
Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Aile İşletmesi	2	2,29	,00	1,307	197	0,273
	Anonim Şirket	181	2,70	,51			
	LTD Diğer	17	2,85	,56			
Birleştirici Sosyal Sermaye	Aile İşletmesi	2	2,64	,10	1,029	197	0,359
	Anonim Şirket	181	3,11	,50			
	LTD Diğer	17	3,03	,65			
Yapısal Sosyal Sermaye	Aile İşletmesi	2	4,20	,00	0,24	197	0,787
	Anonim Şirket	181	3,94	,63			

	LTD Diğer	17	3,88	,62			
Kavramsal Sosyal Sermaye	Aile İşletmesi	2	4,60	,57			
	Anonim Şirket	181	3,77	,72			
	LTD Diğer	17	3,74	,73	1,334	197	0,266

Elde edilen sonuçlara göre bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici sosyal sermaye ile yapısal ve kavramsal sosyal sermaye, insanlara güven, siyasi güven, medyaya güven ölçek alt boyutlarının tamamında yapısına bağlı anlamlı bir farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Ancak katılımcıların kurumlara güven değerlendirmesinde işletme yapısına bağlı olarak istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Yapılan post hoc testi sonuçlarına göre; anonim şirkete sahip bireyler en yüksek değerlendirmeye sahip iken ($3,65\pm 0,54$), aile işletmesi olan katılımcılar ise en düşük ($3,00\pm 1,41$) değerlendirmeye sahip olup, aile işletmesi yapısına sahip katılımcıların değerlendirmeleri ile anonim şirket yapısına sahip katılımcıların değerlendirmeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların işletmelerinin yönetim yapısına göre bir farklılığın olup olmadığının tespiti için tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Analizlerle ilişkin veriler aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 4.26. İşletme yönetim yapısına göre tek yönlü varyans fark analizi.

Değişkenler	Gruplar	N	\bar{X}	SS	F	df	P
İnsanlara Güven	Aile üyeleri	18	2,89	1,01	5,607	197	0,004
	Ortaklar	76	2,51	,77			
	Profesyonel Yöneticiler	106	2,92	,84			
Siyasi Güven	Aile üyeleri	18	2,44	1,06	0,764	197	0,467
	Ortaklar	76	2,65	1,10			
	Profesyonel Yöneticiler	106	2,48	,88			
Kurumlara Güven	Aile üyeleri	18	3,59	,72	1,033	197	0,358
	Ortaklar	76	3,56	,55			
	Profesyonel Yöneticiler	106	3,68	,55			
Medyaya Güven	Aile üyeleri	18	1,94	,87	8,857	197	0,001
	Ortaklar	76	2,02	,72			
	Profesyonel Yöneticiler	106	2,46	,77			
Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Aile üyeleri	18	2,22	,92	0,85	197	0,429
	Ortaklar	76	2,08	,70			
	Profesyonel Yöneticiler	106	2,21	,64			
Köprü Kuran Sosyal	Aile üyeleri	18	2,87	,55	3,27	197	0,04
	Ortaklar	76	2,60	,50			

Sermaye	Profesyonel Yöneticiler	106	2,77	,51			
Birleştirici Sosyal Sermaye	Aile üyeleri	18	2,89	,67			
	Ortaklar	76	3,01	,40			
	Profesyonel Yöneticiler	106	3,20	,54	5,042	197	0,007
Yapısal Sosyal Sermaye	Aile üyeleri	18	4,20	,59			
	Ortaklar	76	4,16	,52			
	Profesyonel Yöneticiler	106	3,73	,64	13,401	197	0,001
Kavramsal Sosyal Sermaye	Aile üyeleri	18	4,09	,64			
	Ortaklar	76	3,90	,76			
	Profesyonel Yöneticiler	106	3,63	,68	5,271	197	0,006

Elde edilen sonuçlara göre bağlantılı sosyal sermaye ile siyasi güven, kurumlara güven ölçek alt boyutlarının tamamında işletmelerin yönetim yapısına bağlı anlamlı bir farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Katılımcıların insanlara güven değerlendirmesinde işletmelerin yönetim yapısı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Yapılan post hoc testi sonuçlarına göre; profesyonel yöneticiler tarafından işletmesi yönetilen katılımcılar en yüksek değerlendirmeye sahip iken ($2,92\pm 0,84$), işletmesi ortaklar ile yönetilen katılımcılar ise en düşük ($2,51\pm 0,77$) değerlendirmeye sahip olup ortaklar ile yönetilen kurumlarda çalışan katılımcıların değerlendirmeleri diğer iki gruba göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Medyaya güven değerlendirmesinde işletmelerin yönetim yapısı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Yapılan post hoc testi sonuçlarına göre; profesyonel yöneticiler tarafından işletmesi yönetilen katılımcılar en yüksek değerlendirmeye sahip iken ($2,46\pm 0,77$), işletmesi aile üyeleri ile yönetilen katılımcılar ise en düşük ($1,94\pm 0,87$) değerlendirmeye sahip olup aile yöneticileri ve ortaklar ile yönetilen kurumlarda çalışan katılımcıların değerlendirmeleri profesyonel yöneticiler ile yönetilen kurumlarda çalışan katılımcıların değerlendirmelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Köprü kuran sosyal sermaye değerlendirmesinde işletmelerin yönetim yapısına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Yapılan post hoc testi sonuçlarına göre; işletmesi aile üyeleri ile yönetilen katılımcılar en yüksek değerlendirmeye sahip iken ($2,87\pm 0,55$), işletmesi ortaklar ile yönetilen katılımcılar ise

en düşük ($2,60\pm 0,50$) değerlendirmeye sahip olup ortaklar ile yönetilen kurumlarda çalışan katılımcıların değerlendirmeleri, aile yeleri ile yönetilen kurumlarda çalışan katılımcıların değerlendirmelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Birleştirici sosyal sermaye değerlendirmesinde işletmenin yönetim yapısına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Yapılan post hoc testi sonuçlarına göre; profesyonel yöneticiler tarafından işletmesi yönetilen katılımcılar en yüksek değerlendirmeye sahip iken ($3,20\pm 0,54$), işletmesi aile yeleri ile yönetilen katılımcılar ise en düşük ($2,89\pm 0,67$) değerlendirmeye sahip olup aile yöneticileri ve ortaklar ile yönetilen kurumlarda çalışan katılımcıların değerlendirmeleri profesyonel yöneticiler ile yönetilen kurumlarda çalışan katılımcıların değerlendirmelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Yapısal sosyal sermaye değerlendirmesinde işletmelerin yönetim yapısına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Yapılan post hoc testi sonuçlarına göre; işletmesi aile yeleri ile yönetilen katılımcılar en yüksek değerlendirmeye sahip iken ($4,20\pm 0,59$), işletmesi profesyonel yöneticiler ile yönetilen katılımcılar ise en düşük ($3,73\pm 0,64$) değerlendirmeye sahip olup aile yöneticileri ve ortaklar ile yönetilen kurumlarda çalışan katılımcıların değerlendirmeleri profesyonel yöneticiler ile yönetilen kurumlarda çalışan katılımcıların değerlendirmelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Kavramsal sosyal sermaye değerlendirmesinde işletmelerin yönetim yapısına dayalı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Yapılan post hoc testi sonuçlarına göre; işletmesi aile yeleri ile yönetilen katılımcılar en yüksek değerlendirmeye sahip iken ($4,09\pm 0,64$), işletmesi profesyonel yöneticiler ile yönetilen katılımcılar ise en düşük ($3,63\pm 0,68$) değerlendirmeye sahip olup aile yöneticileri ve ortaklar ile yönetilen kurumlarda çalışan katılımcıların değerlendirmeleri profesyonel yöneticiler ile yönetilen kurumlarda çalışan

katılımcıların değerlendirmelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Tablo 4.27. İşletmede çalışan kişi sayısına göre t-testi fark analizi.

Değişkenler	Gruplar	N	\bar{X}	SS	t	df	P
İnsanlara Güven	51-250	53	2,45	0,72	1,504	198	0,221
	251 ve üstü	147	2,87	0,87			
Siyasi Güven	51-250	53	2,42	1,02	0,183	198	0,669
	251 ve üstü	147	2,59	0,97			
Kurumlara Güven	51-250	53	3,58	0,59	0,268	198	0,605
	251 ve üstü	147	3,64	0,56			
Medya Güven	51-250	53	2,00	0,78	2,946	198	0,088
	251 ve üstü	147	2,33	0,78			
Bağlayıcı Sosyal Sermaye	51-250	53	2,04	0,75	0,823	198	0,365
	251 ve üstü	147	2,20	0,66			
Köprü Kuran Sosyal Sermaye	51-250	53	2,55	0,53	2,129	198	0,146
	251 ve üstü	147	2,77	0,50			
Birleştirici Sosyal Sermaye	51-250	53	2,99	0,41	5,069	198	0,025
	251 ve üstü	147	3,14	0,55			
Yapısal Sosyal Sermaye	51-250	53	4,17	0,55	10,785	198	0,001
	251 ve üstü	147	3,85	0,64			
Kavramsal Sosyal Sermaye	51-250	53	3,95	0,70	0,43	198	0,513
	251 ve üstü	147	3,71	0,72			

İşletmede çalışan kişi sayısına göre bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 4.27’de yer almaktadır. Elde edilen sonuçlara göre güven ölçek alt boyutlarının tamamında ve bağlayıcı, köprü kuran ve kavramsal sosyal sermaye alt boyutlarında işletmede çalışan kişi sayısına dayalı anlamlı bir farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Ancak, birleştirici sosyal sermaye değerlendirmesinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Elde edilen sonuçlara göre; 251 ve üzeri çalışanı bulunan katılımcıların değerlendirmesi 51-250 arası çalışanı bulunan katılımcılardan yüksektir.

Yapısal sosyal sermaye değerlendirmesinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Elde edilen sonuçlara göre; 51-250 arası çalışanı

bulunan katılımcıların değerlendirmesi 251 ve üzeri çalışanı bulunan katılımcılardan yüksektir.

4.7. Korelasyon Analizi Sonuçları

Korelasyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlememize yardımcı olmaktadır. Değişkenler arasında ilişki tespit edilmesi halinde bu ilişkinin yönünü ve seviyesini belirten analiz yöntemidir. Korelasyon kat sayısı “r” ile gösterilmekte olup -1 ile +1 arasında değerler almaktadır. Korelasyon analizi sonucu “r” katsayısının artı değerde olması değişkenler arasında pozitif bir ilişkinin olduğunun göstergesi iken eksi değer alması halinde ise negatif yönlü bir ilişki olduğu anlamına gelmektedir (Sipahi vd., 2010: 144). Yapılan korelasyon analizi sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 4.28. Korelasyon analizi.

Değişken	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. İnsanlara Güven	1									
2. Siyasi Güven	,145*	1								
3. Kurumlara Güven	,262**	,226**	1							
4. Medyaya Güven	,321**	,218**	,317**	1						
5. Güçlü Bağlar	,662**	,667**	,599**	,692**	1					
6. Bağlayıcı Sosyal Sermaye	,180*	,048	-,019	,033	,102	1				
7. Köprü Kuran Sosyal Sermaye	,273**	,095	,106	,132	,233**	,129	1			
8. Birleştirici Sosyal Sermaye	,152*	,063	,081	,244**	,204**	,103	,194**	1		
9. Yapısal Sosyal	-,241**	,035	,003	-,210**	-,159*	-,068	-,206**	-,069	1	

Sermaye										
10. Kavramsal Sosyal Sermaye	-,167*	,108	,044	-,120	-,050	-,026	-,225**	-,225**	,638**	1

* $p < .05$. ** $p < .01$

Medyaya güven ile insanlara güven, kurumlara güven ve siyasi güven arasında yapılan pearson korelasyon analiz sonucuna göre medya güven ile diğer güven türleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = ,321^{**},218^{**},317^{**},p<.01$). Yani yöneticilerin medyaya güven düzeyleri üzerinde bir artış diğer güven düzeyleri üzerinde pozitif yönde bir artışa sebep olacaktır. Fakat medya güven ile insanlara güven arasında daha yüksek bir ilişki olmasından dolayı insanlara güven düzeyinin daha fazla artış yaşanacaktır.

Güçlü bağlar ile güven değişkenler arasında yapılan pearson korelasyon analizi sonucuna göre güçlü bağlar ile güven değişkenler arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = ,662^{**},667^{**},599^{**},692^{**},p<.01$). Yöneticilerin güçlü bağları'ndaki bir artış bütün güven değişkenleri üzerinde pozitif yönlü bir artışa sebep olacağına ulaşılmıştır.

Bağlayıcı sosyal sermaye ile insanlara güven arasında yapılan pearson korelasyon analizi sonucuna göre iki değişken arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = ,180^{**},p<.05$). Yani yöneticilerin bağlayıcı sosyal sermayeleri deki bir artış onların insanlara güven düzeyleri üzerinde pozitif bir artışa sebep olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Köprü kuran sosyal sermaye ile insanlara güven arasında yapılan pearson korelasyon analizi sonucuna göre iki değişken arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($r = ,273^{**},p<.01$). Ayrıca köprü kuran sosyal sermaye ile güçlü bağlar arasında yapılan korelasyon analizi sonucuna göre ikisi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = ,233^{**},p<.01$). Bu sonuçlara göre yöneticilerin köprü kuran sosyal sermaye üzerindeki bir artış insanlara güven

düzeyleri üzerinde ve güçlü bağlar üzerinde pozitif bir artışa sebep olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Birleştiren sosyal sermaye ile insanlara güven ve medyaya güven arasında yapılan pearson korelasyon enerji sonucuna göre birleştiren sosyal sermaye her iki güven değişkeni ile anlamlı ve pozitif bir ilişkisi olduğu sonucu tespit edilmiştir ($r = ,152^{**}, 244^{**}, p < .01$). Ayrıca güçlü bağlar ile yapılan korelasyon analizi sonucuna göre iki değişken arasında da anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu sen içine sonucuna ulaşılmıştır ($r = ,204^{**}, p < .01$). Son olarak birleştiren sosyal sermaye ile köprü kuran sosyal sermaye arasında yapılan pearson korelasyon analizi sonucuna göre de iki değişken arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = ,194^{**}, p < .01$). Bu sonuçlara göre yöneticilerin birleştiren sosyal sermayesi üzerindeki bir artış insanlara güven, medyaya güven, güçlü bağlar ve köprü kuran sosyal sermaye üzerinde pozitif yönlü bir artışa sebep olacaktır.

Yapısal sosyal sermaye ile insanlara güven ve kurumlara güven arasında yapılan pearson korelasyon analiz sonucuna göre her iki güven değişkeni ile yapısal sosyal sermaye arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = -,241^{*}, -, 210^{**}, p < .01$). Güçlü bağlar ile yapılan korelasyon analizi sonucunda ise iki değişken arasında negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = -,159^{*}, p < .05$). Ayrıca yapısal sosyal sermaye ile köprü kuran sosyal sermaye arasında yapılan pearson korelasyon analizi sonucuna göre de iki değişken arasında negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = -,206^{**}, p < .01$). Bu sonuçlara göre yapısal sosyal sermaye ile insanlara güven, kurumlara güven, güçlü bağlar ve köprü kuran sosyal sermaye arasında negatif yönlü bir ilişki vardır. Yani yöneticilerin yapısal sosyal sermaye düzeylerindeki bir artış insanlara güven, kurumlara güven, güçlü bağlar ve köprü kuran sosyal sermaye üzerinde bir azalmaya neden olacaktır.

Kavramsal sosyal sermaye ile insanlara güven arasında yapılan pearson korelasyon analizi sonucuna göre iki değişken arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = -,167^{*}, p < .05$). Köprü kuran ve birleştiren sosyal sermaye ile yapılan pearson korelasyon analizi sonucunda ise her iki değişken ile kavramsal sosyal sermaye arasında negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = -,225^{*}, -, 225^{**}, p < .01$).

Ayrıca kavramsal sosyal sermaye ile yapısal sosyal sermaye arasında yapılan pearson korelasyon analizi sonucuna göre iki değişken arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = ,638^*$, $p < .01$). Bu sonuçlara göre yöneticilerin kavramsal sosyal sermaye düzeylerindeki bir artış onların insanlara güven, köprü kuran sosyal sermaye ve birleştiren sosyal sermaye düzeylerinde bir azalmaya neden olurken yapısal sosyal sermaye üzerini pozitif yönlü bir artışa sebep olacaktır.

4.8. Hipotez Testi Sonuçları

“**H1:** Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin insanlara güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.”, “**H2:** Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin kurumlara güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.”, “**H3:** Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin medyaya güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.”, “**H4:** Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin siyasi güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.” hipotezlerini test etmek üzere korelasyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 4.29’de sunulmaktadır.

Tablo 4.29. Zayıf bağlar ile güven boyutları arasındaki ilişkiler.

	İnsanlara Güven	Siyasi Güven	Kurumlara Güven	Medyaya Güven
Zayıf Bağlar	,161*	,026	,056	,231*

* $p < ,05$

Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin insanlara güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,161$, $p < 0,05$). Bu durumda H1 hipotezi kabul edilmiştir. İnsanlara güven seviyeleri arttıkça zayıf bağları da güçlenecektir.

Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin siyasi güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($r=0,026$, $p > 0,05$). Bu durumda H2 hipotezi reddedilmiştir. Yöneticilerin siyasi güvenleri zayıf bağları bağlantılı bulunmamıştır.

Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin kurumlara güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($r=0,056$, $p>0,05$). Bu durumda H2 hipotezi reddedilmiştir. Yöneticilerin kurumlara güvenleri zayıf bağları bağlantılı bulunmamıştır.

Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin medyaya güven seviyeleri ile zayıf bağlar arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,231$, $p<0,05$). Bu durumda H1 hipotezi kabul edilmiştir. Medyaya güven seviyeleri arttıkça zayıf bağları da güçlenecektir.

Tablo 4.30. Güçlü bağlar ile dernek üyeliği arasındaki ilişki.

Değişken	Dernek Üyeliği	N	X	SS	t	df	P
Güçlü Bağlar	Evet	29	3,0026	,64241	2,361	198	0,026
	Hayır	171	2,7560	,49695			

“**H5:** Türkiye’de faaliyet gösteren firmaların yöneticilerinin benzer yapılara sahip dernek ve gönüllü kuruluşlara üyelikleri ile güçlü bağları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezini test etmek üzere bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 30’de sunulmaktadır. Dernek üyeliği olması durumu ile güçlü bağlar arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Dernek üyesi olan ve olmayan katılımcılar arasında güçlü bağlar bakımından istatistiksel bir olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Dernek üyesi katılımcıların güçlü bağlara ilişkin değerlendirmesi dernek üyesi olmayan katılımcılara göre daha yüksektir. Bu nedenle H5 hipotezi kabul edilmiştir.

“**H6:** Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin yakın arkadaş ve meslektaşlarıyla vakit geçirmesi ile bağlayıcı sosyal sermayesi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezini test etmek üzere korelasyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 4.31’de sunulmaktadır.

Tablo 4.31. Yakın arkadaşlar ve meslektaşlar ile ilişki ile bağlayıcı sosyal sermaye arasındaki ilişki.

	Bağlayıcı Sosyal Sermaye
Yakın Arkadaşlar ile ilişki	0,870*

*p<,05

Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin yakın arkadaş ve meslektaşlarıyla vakit geçirmesi ile bağlayıcı sosyal sermayesi arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü güçlü bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,870$, $p<0,05$). Bu durumda H6 hipotezi kabul edilmiştir. Yakın arkadaşları ve meslektaşları ile kişilerin ilişkisi arttıkça bağlayıcı sosyal sermayeleri güçlenecektir.

“**H7:** Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin çevrelerinde farklı zevklere sahip insanları çeşitliliği ile köprü kuran sosyal sermayeleri arasında pozitif bir ilişki vardır.” hipotezini test etmek üzere korelasyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 4.32’de sunulmaktadır.

Tablo 4.32. Çevrede farklı zevklere sahip insanları çeşitliliği ile köprü kuran sosyal sermaye arasındaki ilişki.

	Köprü Kuran Sosyal Sermaye
Çevrede farklı zevklere sahip insanları çeşitliliği	0,640*

*p<,05

Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin çevrelerinde farklı zevklere sahip insanları çeşitliliği ile köprü kuran sosyal sermayeleri arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,640$, $p<0,05$). Bu durumda H7 hipotezi kabul edilmiştir. Çevrede farklı zevklere sahip insanları çeşitliliğine ilişkin değerlendirme olumlu oldukça kişilerin köprü kuran sosyal sermayeleri güçlenecektir.

“**H8:** Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin devletten ya da başka kurumlardan destek almasına ilişkin algıları ile birleştiren sosyal sermaye arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezini test etmek üzere korelasyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 4.33’de sunulmaktadır.

Tablo 4.33. Farklı kurumlardan destek alma ile birleştiren sosyal sermaye arasındaki ilişki.

	Birleştiren Sosyal Sermaye
Farklı Kurumlardan Destek Alma	0,640*

*p<,05

Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin devletten ya da başka kurumlardan destek almasına ilişkin algıları ile birleştiren sosyal sermayeleri arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,640$, $p<0,05$). Bu durumda H9 hipotezi kabul edilmiştir. Devletten ya da başka kurumlardan destek alan kişilerin birleştiren sosyal sermayeleri güçlenecektir.

“H9: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin firma içi iletişim kanallarının mevcudiyetine ilişkin algıları ile yöneticilerin yapısal sosyal sermayeleri arasında pozitif bir ilişki vardır.” hipotezini test etmek üzere korelasyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 4.34’te sunulmaktadır.

Tablo 4.34. Firma içi iletişim kanallarının mevcudiyeti ile yapısal sosyal sermaye arasındaki ilişki.

	Yapısal Sosyal Sermaye
Firma içi iletişim kanallarının mevcudiyeti	0,586*

*p<,05

Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin firma içi iletişim kanallarının mevcudiyetine ilişkin algıları ile yapısal sosyal sermayeleri arasında pozitif yönlü orta düzeyde güçlü bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,586$, $p<0,05$). Bu durumda H10 hipotezi kabul edilmiştir. Firma yöneticilerinin firma içi iletişim kanallarının mevcudiyetine ilişkin algıları arttıkça yapısal sosyal sermayeleri güçlenecektir.

H10: Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin firma içi örgütsel anlayış varlığına ilişkin düşünceleri ile onların kavramsal sosyal sermayeleri arasında pozitif bir ilişki vardır.” hipotezini test etmek üzere korelasyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 35’te sunulmaktadır.

Tablo 4.35. Firma içi örgütsel anlayış varlığı ile kavramsal sosyal sermaye arasındaki ilişki.

	Kavramsal Sosyal Sermaye
Firma içi örgütsel anlayış varlığı	0,422*

*p<,05

Türkiye’de faaliyet gösteren firma yöneticilerinin firma içi örgütsel anlayış varlığına ilişkin düşünceleri ile kavramsal sosyal sermayeleri arasında pozitif yönlü orta düzeyde güçlü bir ilişki bulunmaktadır ($r=0,422$, $p<0,05$). Bu durumda H11 hipotezi kabul edilmiştir. Firma yöneticilerinin firma içi örgütsel anlayış varlığına ilişkin düşünceleri arttıkça yapısal sosyal sermayeleri güçlenecektir.

Tablo 4.36. Hipotez Sonuçları

	Alt boyutları	Hipotezler	İlişki Düzeyleri	Sonuçlar
Zayıf Bağ	İnsanlara güven	H.1	0,161*	Desteklendi
	Kurumlara güven	H.2	0,056	Desteklenmedi
	Medyaya güven	H.3	0,231*	Desteklendi
	Siyasi güven	H.4	0,026	Desteklenmedi
Güçlü Bağ	Benzer yapıdaki dernek üyeliği	H.5	-	Desteklendi
Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Yakın arkadaşlar ile ilişki	H.6	0,870*	Desteklendi
Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Çevrede farklı zevklere sahip insanları çeşitliliği	H.7	0,640*	Desteklendi
Birleştiren Sosyal Sermaye	Farklı kurumlardan destek alma	H.8	0,640*	Desteklendi
Yapısal Sosyal Sermaye	Firma içi iletişim kanallarının mevcudiyeti	H.9	0,586*	Desteklendi
Kavramsal Sosyal Sermaye	Firma içi örgütsel anlayış varlığı	H.10	0,422*	Desteklendi

SONUÇ

İşletmelerin istedikleri hedeflere ve amaçlara ulaşarak diğer firmalara karşı rekabet avantajı sağlayabilmeleri için, işletmelerin fiziki ve beşeri sermayelerinin yanında iyi düzeyde sosyal sermaye ye ihtiyaçları vardır. Sosyal sermaye türü diğer iki sermaye türünü tamamlayan önemli bir unsurdur. Bu sermaye kişiler veya kurumlar arası güven ve norm temelinde gerçekleşen ilişkilerin bir simgesi olarak kabul edilebilir. Özellikle küreselleşmenin getirdiği sınırsız ve belirsiz koşullar, artan teknolojik gelişmelerle birlikte rekabetin şiddetlenmesine kapı aralamıştır. Böyle bir dönemde sosyal sermayenin değeri de artarak işletmeler için vazgeçilmez bir unsur haline gelmektedir.

İşletmeler yüksek düzeyde sermaye sahip olmanın yanında bunu kullanabilen nitelikli yöneticilere de ihtiyaçları vardır. Nitelikli bir yönetici için ise sadece beşeri sermaye yeterli gelmemektedir. Bunun yanında yöneticilerin yüksek düzeyde sosyal sermayeye de ihtiyaçları vardır. Yüksek düzeyde sosyal sermayeye sahip olan yöneticiler normal dönemlerde şirket içi iletişim ağı yoluyla bilgi akışını hızlandırarak işletmeye rekabet avantajı sağlarken, kriz dönemlerinde ise işletme çalışanları arasında ortak değerler ve görüş birliği oluşturarak işletmeye hayatta kalma imkânı sunmaktadır. Diğer taraftan yöneticilerin zayıf bağlar yoluyla farklı kişilerle kurdukları iletişimler yeni ve farklı bilgilere ulaşmaya ve kurumlarla girdikleri ilişkilerle ise maddi destek sağlayarak işletmenin yatırımlarını kolaylaştırmaktır. Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren büyük işletmelerdeki yöneticilerin sosyal sermaye yaklaşımlarını türler üzerinden ölçümlemeyi amaçlamıştır. Araştırma kapsamında sosyal sermaye kavramı ve sosyal sermaye türleri detaylı şekilde incelenerek yerel ve yabancı literatür taranmıştır.

Yöneticilerin sosyal sermayelerini ölçmek için 2008 yılı İSO’ya kayıtlı Türkiye’de faaliyet gösteren ilk 1000 firma yöneticilerine internet yoluyla anketler gönderilmiştir. 200 farklı firmadan dönüş gerçekleşmiştir. Bu anketler ile ilk olarak yöneticilerin güven seviyeleri ve gönüllü kuruluşlara üyelikleri üzerinden yöneticilerin zayıf ve güçlü bağ yapıları incelenmiştir. Daha sonra yöneticilerin yakın

çevresi ile kurduğu samimi ilişkileri ile uzak veya tanımadıkları kişilerle kurdukları zayıf ilişkilerinin yanında kurumlarla olan ilişkileri de ölçülmeye çalışarak yöneticilerin bağlayıcı, köprü kuran ve birleştiren sosyal sermaye türleri incelenmiştir. Son tür olarak yöneticilerin çalışanlar arasında bir iletişim kanalı oluşturmaya yardımcı olan yapısal sosyal sermaye ile çalışanları ortak değerler etrafında toplamasına yardımcı olan kavramsal sosyal sermaye türleri incelenmiştir.

Araştırma sonucunda demografik verileri bakıldığında yöneticilerin cinsiyet dağılımları neredeyse eşit dağıldığı fakat yaş gruplamaları açısından %50'sinin genç olduğu, medeni durumları açısından %65'nin evli olarak çoğunlukta olduğu ve eğitim durumlarının ise neredeyse her 4 katılımcıdan 3'ün lisans mezunu olduğu görülmektedir. Ayrıca işletmelerin çalışan sayısı açısından %73,5'i büyük işletmeler (250-üzeri) ve %90'ı anonim şirketlerden oluştuğu görülmektedir. Bu şirketlerin %53'ü ise profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmektedir. Demografik veriler sonuçlarına göre işletmelerin çalışan sayısı açısından büyük işletmelerin ve şirket yapıları açısından anonim işletmelerin çoğunlukta olması nedeni örneklemimiz ilk 1000 firmadan oluşmasından kaynaklanmaktadır. İşletmelerin sektörel dağılımı ise en çok %23 ile gıda sektörü olurken devamında %15,5 ile metal ve %10,0 ile otomotiv yan sanayi takip ettiği görülmektedir.

Araştırma sonucunda değişkenleri ortalama değerleri üzerinden sosyal sermayenin ilk türü olarak kabul ettiğimiz güçlü ve zayıf bağları temsil eden güven ölçeği gönüllü kuruluş ve derneklere üyelik sorularının sonuçlarına bakıldığında; işletme yöneticilerinin insanlara güven, medyaya güven, siyasi güven ve kurumlara güven arasından en çok kurumlara duydukları güven (\bar{X} : 3,62), en az ise medyaya güven (\bar{X} : 2,25) duydukları sonucuna ulaşılmıştır. İnsanlara güven (\bar{X} : 2,76) ve siyasi güven (\bar{X} : 2,54) seviyeleri medyaya duydukların güven seviyesinden biraz daha fazladır. Bu sonuç Türkiye'nin genel güveni düşük ülkeler arasında olduğu ispat eden çalışmalarla uyuşmanın yanında kurumlar güven seviyesinin yüksek çıkması açısından literatürle farklılık göstermektedir. Ergincan (2012), Gerçil ve Aracı (2011) ve Keskin (2008) yaptığı çalışmada yer alan eğitim seviyelerinin yükselmesi ile bireylerin güven seviyesinin artması sonuçlarını desteklemektedir. Yerel literatürde

yapılan çalışmalara göre yöneticilerin güven seviyelerinin daha yüksek çıkması bunun göstergesi kabul edilebilir. Siyasi güvenin düşük çıkması ise Türkiye'nin son dönemlerde yaşadığı siyasi ve politik çalkantılı dönemden kaynaklandığını söylenilebilir. Ayrıca Türkiye'de son zamanlarda görülen gerek görsel medyaya gerekse sosyal medya üzerinden yapılan sıkı baskılar yöneticilerin medya algıları üzerinde olumsuz etki yaparak güven düzeylerini düşürdüğünü söyleyebiliriz. Genel olarak yöneticilerin güven problemi yaşadıklarını ve güven seviyelerinin düşük olduğunu söyleyebiliriz. Bu sonuç literatürde Dünya Değerler Anketi (1997), OCDE (2017, 2020), Erdoğan (2006), Devamoğlu (2008), Yıldız ve Topuz (2007) ve Ekşi (2010)'nin sonuçlarını destekler niteliktedir.

Sosyal sermayenin ikinci türü olan bağlayıcı, köprü kuran ve birleştiren sosyal sermayenin yöneticiler açısından ortalama değerlerine bakıldığında; en çok birleştiren sosyal sermayeye sahip oldukları (\bar{X} : 3,10) en az bağlayıcı sosyal sermaye sahip oldukları (\bar{X} : 2,16) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Köprü kuran sosyal sermaye ise (\bar{X} : 2,71) birleştiren sosyal sermaye kadar güçlü olmasa da bağlayıcı sosyal sermayeden daha az değildir. Bu sonuçlar yerel literatürde Çalışkan (2010)'nın çalışmasını desteklemez nitelikte iken yabancı yazında Acquaah (2007) ve Li (2014) desteklemektedir. Kısacası yerel çalışmalarda yöneticilerin daha çok bağlayıcı sosyal sermayeye sahip olduklarını ileri süren çalışmaların aksine ilk 1000 firma yöneticisinin daha çok kurum ve kuruluşlarla ilişkiye girmesini sağlayan birleştiren sosyal sermayeleri sahip oldukları tespit edilmiştir.

Sosyal sermayenin üçüncü türü olan yapısal sosyal sermaye ve kavramsal sosyal sermayenin yöneticiler açısından ortalama değerlerine bakıldığında; sosyal sermayenin bütün türleri içinde en yüksek değere (\bar{X} : 3,94) yapısal sosyal sermayenin sahip olduğu ve kavramsal sosyal sermayenin de (\bar{X} : 3,77) yüksek bir değere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sosyal sermaye türü Türkiye'de yapılan tez çalışmalarında da görüldüğü gibi işletme özelinde diğer sosyal sermaye türlerinden daha fazla çalışılmıştır. Bu açıdan hem bizim çalışmamızda hem de birçok çalışmada işletme açısından en çok fayda sağlayan sosyal sermaye türü olduğu söylenebilir.

Yöneticilerin güçlü bağlarını analiz etmek için gönüllü kuruluşlara ve derneklere üyeliği sonuçlarına bakıldığında; katılımcıların çok büyük bir oranının herhangi bir kuruluşa üye olmadığı ve üye olanların sadece 29 kişi olup toplam katılımcılar arasında %14,5 oranı ile çok düşük çıkmıştır. Bunun temel nedeninin Türkiye’deki güven düzeyinin ve sivil katılımın çok düşük olmasından kaynaklanmaktadır. Bu açıdan OECD (2020), Devamoğlu (2008), Çalışkan (2010), Erdoğan (2006) ve Aydemir (2011) tarafından yapılan çalışmaları destekler niteliktedir. Ayrıca çalışmaya katılan şirketlerin birçoğunun zorunlu olarak bir mesleki örgüt ve odalara üye olmalarından dolayı mesleki örgüt ve odaların dahil edilmemesi de sivil katılım oranının çok düşük çıkmasının bir nedeni olarak görülebilir.

Katılımcıların hangi tür gönüllü kuruluşlara üye olduklarını tespit etmek için sorulan “Üyesi olduğunuz Ticaret ve Sanayi Odası hariç aşağıdaki dernek veya gruplardan, STK’lardan hangilerine üyesiniz?” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında; yöneticilerin katılım oranları çok düşük olmasıyla birlikte katılım gösterenler arasında en çok benzer dini görüşü benimsedikleri gönüllü kuruluşlara üye oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Devamoğlu (2008) ve Akman (2018) çalışmasını desteklemektedir.

Yöneticilerin bu gönüllü kuruluşlardaki aktiflik durumları ve son üç yıl içinde herhangi bir faaliyette bulunup bulunmadığını ölçen soruları ilişkin verilen sonuçlar ise benzerlik göstermektedir. Yöneticileri içinden çok az bir kişisi üye olsa bile üye olanların birçoğunun sadece kâğıt üzerinde üye oldukları, herhangi bir faaliyet için zaman ve paralarını harcamadıklarını söyleyebiliriz. Gönüllü kuruluşlara üye sayısının az olsa bile katılımcıların katılım niyetleri ile eylemler arasındaki farkı göstermektedir. Bu sonuçlar Ekşi, Sipahi ve Örselli (2015), Devamoğlu (2008) çalışmasını desteklemektedir.

Gönüllü kuruluşların sosyo-kültürel yapısını tespit etmek için sorduğumuz, “Üyesi olduğunuz derneklerde, üyeler benzer sosyo-ekonomik yapıya sahip mi”, “Üyesi olduğunuz derneklerde, dernek üyeleri çoğunlukla aynı inanca sahip mi” ve “Üyesi olduğunuz derneklerde, dernek üyeleri aynı politik görüşümü benimsiyor

mu?” soruların sonuçlarına bakıldığında; üye oldukları gönüllü kuruluşlarda %33 benzer sosyo-ekonomik yapıya sahip oldukları, %44,5 aynı inanca sahip derneklere üye oldukları ve politik görüş konusunda ise katılımcıların hepsi üyesi olduğu gönüllü kuruluşlarla farklı görüşe sahip olduklarını ileri sürmektedir. Bu sonuç Türkiye’deki gönüllü kuruluşların daha çok benzer yapıdaki insanların bir araya gelerek oluşturduğu cemaat ve vakıflar gibi hemşeri birliklerinden oluştuğunu ve bu açıdan da çalışmamız Akman (2018)’in çalışmasını destekler nitelikte olduğunu söyleyebiliriz. Gönüllü kuruluşlardaki politik görüş farklılığı diğer sorularda verdiği benzerlik ifadeleri ile çeliştiği için katılımcıların politik görüş belirtmelerinden çekindikleri için hayır cevabı vermiş olduklarını söyleyebiliriz.

Yöneticilerin yaşadıkları çevreye karşı tutumları ölçmek için sorulan “Çok kültürlü bir yapı olması yaşadığım çevreyi daha iyi hale getireceğini düşünürüm” ve “Farklı yaşam biçimleri olan insanlarla bir arada yaşamak beni mutlu eder” soruların sonuçlarına bakıldığında; yöneticilerin birçoğu çok kültürlü bir yapıda yaşamak istedikleri ve bu isteklerinin hayatlarını olumlu şekilde etkileyeceğini düşünmelerinden kaynaklanır. Diğer taraftan ise yöneticilerin farklı yaşam tarzlarına karşı ise tamamen olumsuz bir bakış açısı sergilemektedirler. Yani yöneticiler daha toplumsal değerlere katkı sağlayacak olan kültürel çeşitlenmeyi önemserken marjinal tarzda bireysel yaşam biçimlerine karşı olumsuz bir tutum besledikleri söylenebilir.

Yöneticilerin benzer ve farklı amaçları taşıyan gruplarda sosyal sorumlulukları yerine getirme düzeylerini ölçmek için sorulan “*Doğrudan size faydası olamasa bile çevrenizdeki pek çok insana faydası olacak bir proje için zaman ya da paranızı harcadınız mı?*” ve “*Firmamızı kendisiyle aynı amacı taşıyan başka grup ya da kuruluşlarla faaliyette bulunur mu?*” soruların sonuçlarına bakıldığında; yöneticiler benzer amacı taşıdıkları proje gruplarında nerdeyse hepsinin yer alıp zaman ve paralarını harcayabilecekleri sonucuna ulaşılmışken, kendi faydasına olmayan toplum yararına olan faaliyetlere katılım oranı biraz düşse bile katılımcıların yarısından fazlası zaman ve paralarını harcayabileceklerini dile getirmektedir. Bu sonuç Türkiye’de yöneticileri sosyal sorumluluk düzeyleri yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Genel olarak dernek üyeliklerine bakacak olursak Türkiye'deki yöneticilerin çok az bir oranı sivil katılımında bulunmaktadır. Bu sonuç Devamoğlu (2008), Çalışkan (2010) ve Aydemir (2011) sonuçları desteklemektedir. Ayrıca Türkiye'deki yöneticiler genelde benzer dini görüşte ve benzer yapıdaki insanlardan oluşan derneklere üye oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar Putnam (2000)'ın dernek üyeliğinin köprü kuran sosyal sermaye yoluyla bireye zayıf bağ oluşturacağı sonucu desteklemezken, Coffe vd. (2007) çalışmasında dernek üyeliklerinin dar bir kesimde oluşan homojen bir yapıya sahip olması durumunda bireye bağlayıcı sosyal sermaye aracılığıyla güçlü bağlarını oluşturabileceği sonucu destekler.

Araştırmaya dair demografik gruplar açısından farklılıklara bakıldığında; katılımcıların hem güven, hem de bağlayıcı, köprü kuran ve birleştiren sosyal sermaye ile yapısal ve kavramsal sosyal sermaye unsurlarından hiçbiri ile cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, gibi katılımcıların demografik özelliklerine açısından bir farklılık bulunamamıştır. Fakat işletmenin yapısında kurumlara duyulan güven açısından bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık anonim şirkete sahip bireyler en yüksek değerlendirmeye sahip iken ($3,65 \pm 0,54$), aile işletmesi olan katılımcılar ise en düşük ($3,00 \pm 1,41$) değerlendirmeye sahiptir. Yani anonim işletmesi daha büyük bir yapıya sahip olması onların kurumlara güven düzeyleri üzerinde olumlu etkilemiştir.

İşletmelerinin yönetim yapısı açısından farklılığa bakıldığında; insanlara güven, medyaya güven, köprü kuran sosyal sermaye, birleştirici sosyal sermaye, yapısal sosyal sermaye, kavramsal sosyal sermaye açısından bir farklılık olduğu gözükmemektedir. İnsanlara güven açısından profesyonel yöneticiler ($2,92 \pm 0,84$), medyaya güven açısından profesyonel yöneticiler ($2,46 \pm 0,77$), köprü kuran sosyal sermaye açısından aile üyesi yöneticiler ($2,87 \pm 0,55$), birleştirici sosyal sermaye açısından profesyonel yöneticiler ($3,20 \pm 0,54$), yapısal sosyal sermaye açısından aile üyesi yöneticiler ($4,20 \pm 0,59$), kavramsal sosyal sermaye açısından aile üyesi yöneticileri ($4,09 \pm 0,64$) en yüksek değere sahiptir. Yani profesyonel yöneticiler tarafından işletmesi yönetilen katılımcılar insanlara güven, medyaya güven ve birleştirici sosyal sermayeye açısından diğer yöneticilere göre daha yüksek

değerlendirmeye sahip iken işletmesi aile üyeleri ile yönetilen katılımcılar köprü kuran sosyal sermaye, yapısal ve kavramsal sosyal sermaye açısından diğer yöneticilere göre daha yüksek değerlendirmeye sahip yüksek düzeyde sahiptir.

İşletmelerinin çalışan kişi sayı açısından farklılığa bakıldığında ise büyük işletmeler birleştirici sosyal sermaye açısından ve orta büyüklükteki işletmeler ise yapısal sosyal sermaye açısından daha zengin oldukları görülmektedir.

Sosyal sermayenin ikinci türü olan bağlayıcı (aracı), köprü kuran (dayanışmacı) ve birleştiren (bağ kuran) sosyal sermayelere bakıldığında; Türkiye'deki yöneticiler açısından her üç türünde kendi alt boyutları ile güçlü pozitif ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fakat bağlayıcı sosyal sermaye ile yakın arkadaşlar ve meslektaşlar arasındaki ilişki düzeyi ($r=0,870$, $p<0,05$) daha yüksektir. Yani Türkiye'deki yöneticiler iletişimlerini daha çok aile, yakın arkadaş ve meslektaşları gibi güçlü etkileşime girebileceği insanlar ile kurmaktadır. Bunun nedeni Türkiye'deki genel güven eksikliği olarak görebileceğimiz gibi diğer taraftan da baskın kültürel değerler ve normların etkisinden olduğunu söyleyebiliriz (Xiao, 2007). Ayrıca Türkiye'de suç oranlarındaki artış, adalete sisteminin iyi işlememesi, ekonomik çalkantılar, sağlık ve alt yapı hizmetlerinin yetersizlikler gibi toplumsal problemlerin artması (Dünya Bankası, 2020; OECD, 2017, 2020) bireyleri kendi yakın çevreleri ile iletişime geçmesi için itici bir faktör iken benzer şekilde devletin ekonomiye müdahalesi, siyasi ve politik krizler örgüt yöneticilerini de kendi yakın arkadaş ve meslektaşları ile daha samimi ilişkiler kurmak zorunda bırakmıştır. Bu açıdan yöneticilerin samimi ilişkilerindeki artış onun bağlayıcı sosyal sermaye düzeyini de artırmakta olduğunu söyleyebiliriz. Bu sonuç Ergin (2007), Yawson (2018) ve çalışmalarını destekler niteliktedir.

Yöneticilerin köprü kuran sosyal sermayelerine bakıldığında; farklı zevklere/tercihlere sahip insanları çeşitliliği alt boyutu ile aralarında pozitif yönlü güçlü ($r=0,640$, $p<0,05$) bir ilişki olduğu sonucu ulaşılmıştır. Yani Türkiye'deki yöneticiler iletişim ağlarını farklı kültürel, sosyal, etnik ve ekonomik durumdaki insanların iletişim imkânı sağlayan heterojen bağlardan oluşmaktadır. Bu sayede köprü kuran sosyal sermaye daha uzaktaki kişilerle iletişime girme imkânı

sunmaktadır. Tanımadıkları ile girdiği bu ilişkiden yöneticilere farklı ve yeni bilgileri elde edebilmesine yardımcı olurken iletişime geçtiği kişi ile aralarında bir güven oluşur. Yöneticinin güven ve yardımlaşma düzeyini geliştiren yüksek bir sivil bir bilince sahip olması ise aynı zamanda hoşgörü seviyesini de yükseltir. Bu da yöneticilerin yabancı ve farklı zevklere sahip bireyle iletişimi kolaylaştırır. Kurulan yeni bağdaki kişinin ağbaları ile yöneticiler daha uzaktakilerle arasında bir bağ geliştirebilir. Yani artan farklılıklar saygı beraberinde bireyi farklı kişilerle iletişim kurmasını sağlayarak yöneticilerin köprü kuran sosyal sermayesinde artırır. Bu sonuç köprü kuran yöneticileri farklı bilgi ve kaynaklara ulaşma açısından Alan (2017) farklı kişilerle bağ kurma açısından Shipilov (2006), Suna (2017), Yawson (2018); firmaya olumlu etkileri açısından Cao (2012) çalışmalarını desteklemektedir.

Yöneticilerin birleştiren sosyal sermayelerine bakıldığında; devletten ya da başka kurumlarla olan ilişkisi alt boyutu ile aralarında pozitif yönlü güçlü ($r=0,640$, $p<0,05$) bir ilişki olduğu sonucu ulaşılmıştır. Yani yöneticileri girişmiş oldukları kamu ve özel kurum ve kuruluşlarla ilişkisinin artması, onun birleştiren sosyal sermayesinin yükseltilmesine neden olacaktır. Bu sonuç Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkede faaliyet gösteren işletmelerin kamu ve özel kurum ve kuruluşlar girilen iletişimin önemini bize göstermektedir. Her ne kadar serbest piyasa devlet müdahalesini azaltsa dahi gelişmekte olan ülkelerde bu durum farklılık gösterebilir. Yani bazı ülkelerde devlet müdahalesi daha fazla görünmektedir. Türkiye’de özellikle son yıllarda yaşadığı siyasi ve politik olaylardan dolayı ekonomik kriz daha da artmaktadır. Bu da beraberinde devletin piyasaya müdahalesi de artmaktadır. Bu yüzden Türkiye’deki yöneticilerin finansal ve teknik kaynaklara ulaşmak için devletle dikey ilişkilere girme yoluna gitmektedir. Bu açıdan da Türkiye’deki yöneticilerin birleştiren sosyal sermayeleri daha yüksek çıkmaktadır. Yöneticileri farklı kaynaklara ulaşma konusunda Acquaah (2007) ve örgüte olumlu faydaları açısından Li (2014) desteklerken, Çalışkan (2010) çalışmasını desteklemektedir.

Sosyal sermayenin son türü olarak kabul ettiğimiz yapısal ve kavramsal sosyal sermayenin açısında bakıldığında; her iki türünde kendi alt boyutları ile pozitif ve orta düzey ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani yapısal sosyal sermaye

özelinde sonuçlara bakıldığında işletme içi ilişim kanallarının varoluşu yöneticilerin yapısal sermayesi ile pozitif yönlü orta düzey bir ilişki olduğu görülmektedir. Yani örgüt içi iletişim kanallarının yapısı güçlendikçe yöneticilerin yapısal sosyal sermaye seviyeleri de artacaktır. Bireyler arasında iletişim kanalları var olması yapısal sosyal sermayenin en önemli unsurlarından bir kabul edilir. Hem dikey hem de yatay ilişkilerin temsilcisi olan yapısal sosyal sermayenin örgüt içi iletişim ağlarının varoluşu sayesinde bireyler arasında bilgi akışı hızlandırarak kolektif eylem oluşmasına yardımcı olmaktadır (Krishna ve Shrader, 1999). Bu eylemler sayesinde çalışanlar hem kendi kademeleri ile hem de üst kademe yöneticileri ile daha güçlü ilişki kurmalarına imkân tanır. Aynı şekilde işletmede ortak bir örgütsel anlayışın varlığı yöneticileri de hem kendi aralarında hem de çalışanları ile iletişime geçme konusunda yardımcı olur. Bu açıdan ortak örgütsel anlayış yöneticilerin sosyal sermayelerini pozitif etki ettiğini söyleyebiliriz.

Yöneticileri kavramsal sosyal sermayeleri ile örgüt içinde ortak bir örgütsel anlayışın varlığı arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani yöneticilerin şirket içi ortak örgütsel anlayışı ortaya çıkartarak güçlendirmeleri onların kavramsal sosyal sermayelerini de etkilemektedir. Ortak bir vizyon, ortak bir dil ve ortak değerler üzerinden ifade edilen kavramsal sosyal sermaye, bütün bu ortakları içinde barındıran ortak örgütsel anlayış güçlenmesi ile çalışanların belirlenen hedefler doğrultusunda karşılıklı ilişkilere girmelerine imkân sunarak kolektif eylemde sorunlarını çözmelerine ve işletmelerin faaliyetlerinden daha etkin ve verimli olmalarına yardımcı olabileceği sonucuna ulaşılabilir. Yani işletme içerisinde örgütsel bir anlayışın artması yöneticilerin bilişsel sermayelerini de artırmaktadır.

Bu sonuçlar sonuç literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında Lawson (2008) çalışmasında yöneticilerin yapısal sermayenin, alıcı performansı iyileştirmesinde pozitif etki yaptığı sonucuna ulaşmıştır. Buttler (2008) Rusya'nın değişen yapısı ile yöneticilerin yapısal sosyal sermayelerinin iletişim kanalları yardımıyla yeni bağlarla iletişim kurduğuna ulaşmaktadır. Karahanna vd. (2013) yöneticilerin yapısal sosyal sermayeleri bilgi alışverişi kolaylaştırdığı ve kavramsal sosyal sermayenin paylaşılan bilişleri ve dili sayesinde örgütsel anlayışı üzerinde bir

etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Zhao vd. (2014) yöneticilerin yapısasal, ilişkisel ve bilişsel sosyal sermayeleri örgütsel öğrenme üzerinde pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yerel literatürde ise Karabey (2009) yöneticilerin ilişkisel sosyal sermayeleri girişimciliği etkilediği fakat yapısasal sosyal sermayenin etkilemediği sonucuna ulaşmıştır. Turgut (2013) ilişkisel sosyal sermaye yenilikçilik ve örtülü bilgi paylaşımı konusu pozitif bir etkisi varken yapısasal sosyal sermayenin herhangi bir etkisi bulamamıştır. Büyüksaraç (2015) ilişkisel sosyal sermaye yenilikçilik ve bilgi paylaşımı konusu pozitif bir etkisi yapısasal ve bilişsel sosyal sermayenin herhangi etkisine ulaşamamıştır. Gündoğdu (2015) ilişkisel ve bilişsel sosyal sermayeleri ile yenilikçilik üzerinde pozitif bir etkisi olduğuna ulaşırken yapısasal sermaye ise iletişim ağları yoluyla yeni pazarlar girme konusunda destek sağlamaktadır. Tuncay (2016) dönüşümcü liderlik ile yapısasal, bilişsel ve ilişkisel sosyal sermayenin arasında pozitif bir ilişkiye ulaşmıştır. Hamad (2017) yapısasal ve ilişkisel sermayesinin operasyonel performansa bilişsel sosyal sermayenin de operasyonel performans etki ettiğini sonucuna ulaşmıştır. Yıldırım (2019). Yöneticilerin yapısasal sosyal sermayelerinin bilgi paylaşım niyeti üzerine bir etki etmediği sonucuna ulaşırken ilişki ilişkisel ve bilişsel sosyal sermayeyi bilgi paylaşım üzerinde kısmi bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Tunçbilek (2020) teknoloji yöneticilerinin yapısasal, bilişsel ve ilişkisel sermayeleri rekabet üstünlüğü arasında pozitif bir ilişki varken odaklanma stratejileri ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda sosyal sermayenin bu türü yapısasal, bilişsel ve ilişkisel olmak üzere üç kısımdan ayrılmıştır. Çalışmalarda görüldüğü üzere bu üç türün her biri için çıkan sonuçlar farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar yapan kişinin amacından, örneklemeden ve kullandığı teknikten kaynaklanabilir. Fakat genel olarak ilişkisel sermayelerin yeni bilgilere ulaşmaya ve yenilikçi faaliyetleri teşvik ettiği, yapısasal sermayelerin ise farklı kişilerle ve pazarlarla iletişime geçme imkânı sunduğu gzlmektedir. Bu açıdan çalışmamız literatürdeki bu genel kanıyı desteklemektedir.

Korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında güven değişkenlerinin birbirleri arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yöneticilerin herhangi bir güven düzeylerindeki bir artış diğer güven düzeylerini de artıracadığını

söyleyebiliriz. Bu güven türleri arasından insanlara güven değişkeninin diğer bütün değişkenler ile arasında bir ilişki olması açısından daha dikkat çekmektedir. Bu ilişkide yapısal ve kavramsal sosyal sermaye ile arasında negatif bir ilişki olduğu gözükürken diğer bütün değişkenler arasında pozitif bir ilişki olduğu gözükmektedir. Korelasyon analizi sonuçlarında en yüksek ilişki düzeyi iki yerde tespit edilmiştir. Birincisi güven değişkenleri ile güçlü bağlar arasında yapılan korelasyon analizinde orta düzeyli bir ilişkide ikincisi kavramsal sosyal sermaye ile yapısal sosyal sermaye arasında yapılan korelasyon analizinde orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani yöneticilerin güçlü bağlarındaki bir artış bütün güven türleri üzerinde pozitif yönlü orta düzeyde bir artışa neden olurken, aynı şekilde yapısal sosyal sermaye üzerindeki bir artış da kavramsal sosyal sermaye üzerinde orta düzeyde bir artışa neden olacaktır. Son olarak ise yapısal sosyal sermaye ile kavramsal sosyal sermaye kendi aralarında ilişki hariç diğer bütün değişkenler ile arasındaki ilişki negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye'deki üst düzey firma yöneticilerin üzerine yapılan çalışmamıza genel olarak bakıldığında;

- Yöneticilerin güven düzeylerin düşük olduğu ve bununda yöneticilerin farklı insanla etkileşime girme düzeyini düşürmektedir.
- Gönüllü kuruluşlara üyeliklerin az olması yöneticilerin sivil katılım düşüklüğünü göstermektedir. Bununla beraber üye olunan derneklerin benzer yapıda olması onların yöneticilerin daha fazla güçlü ilişkilere sahip olduğunu göstermektedir.
- Bağlayıcı, köprü kuran ve birleştiren sosyal sermaye açısından yöneticilerin bu üç tür sosyal sermaye seviyesinin de yüksek olduğu fakat bağlayıcı sosyal sermayesinin daha yüksek olduğunu gözükmektedir.
- Yapısal ve kavramsal sosyal sermaye ise yöneticilerin diğer bütün sermaye seviyelerinden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ÖNERİLER

- Türkiye'deki yöneticilerin zayıf bağlarını geliştirmek için devlet, STK, işbirliği dernekleri, ticaret ve sanayi odaları bu alanda çalışmalar yapmalı, projeler yürütmeli ve bu bağlamda politikalar üretilmelidir.
- Türkiye genelinde benzeri bir çalışmayı küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerinden yapılabilir.
- Yaptığımız çalışmada güven faktörü açısından zayıf bağları açıklamak konusunda yetersiz olması nedeniyle zayıf bağlar diğer faktörleri üzerinden ölçülebilir.
- Ayrıca yöneticilerin daha çok örgütsel bağlamda ilişkilerini açıklamak için tedarikçileri, müşterileri ve rakipleri ile ilişkilerini gösteren dışsal sosyal sermayesi de ölçülebilir.

KAYNAKÇA

- Aba Şenbayram, E. (2018). *Bankaların Sosyal Sermayesi Güçlü İşgören Kayıplarına Karşı Tutumu: GAP Bölgesi Örneği*. Kilis: Kilis 7 Aralık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Abay Alyüz, S. B. (2018). *Sosyal Sermaye, Sosyal Ağlar ve Sosyal Destek İlişkisi: Sultanbeyli ve Kadıköy’de Sosyal Hizmet Merkezlerine Başvuranlara İlişkin Karşılaştırmalı Durum Çalışması*. Yalova: Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Acquaah, M. (2007). Managerial Social Capital, Strategic Orientation, and Organizational Performance in an Emerging Economy. *Strategic Management Journal*, 28(12), s. 1235 - 1255.
- Adler, P. S. ve Kwon, S.-W. (2000). Social Capital: The Good, the Bad, and the Ugly. E. Lesser içinde, *Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications* (s. 89-115).
- Adler, P. ve Kwon, S.-W. (2002). Social Capital: Prospects for a New Concept. *The Academy of Management Review*, 27, s. 17-40.
- Aggera, A. ve Jensenb, J. (2015). Area-Based Initiatives And Their Work in Bonding, Bridging and Linking Social Capital. *European Planning Studies*, 23(10), s. 1-17.
- Ağcasulu, H. (2017). *Ağ Yaklaşımı Ve Sosyal Sermaye Kuramı Perspektifinden Formel Örgütlerde İlişkiler: Belediye Meclisi Sosyal Ağ Analizi İncelemesi*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ağcasulu, H. (2019). Sosyal Bilimlerde Ağ Yaklaşımının Gelişimi ve Mikro Ağ Kuramları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(72), s. 1946-1959.
- Akhavan, P. ve Hosseini, S. (2015). Social Capital, Knowledge Sharing, and Innovation Capability: An Empirical Study of R&D Teams in Iran. *Technology Analysis and Strategic Management*, 28(1), s. 1-18.
- Akman, A. Z. (2018). *Şehir Rekabetçiliğinde Sosyal Sermayenin Rolü Üzerine Bir Araştırma*. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyazı, T. E. (2014). *Girişimcilik Sürecinde Sosyal Sermaye ve Sosyal Ağlar İle İç Girişimcilik Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma*. Aksaray: Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alan, H. (2017). *Kadınların Kariyer Gelişimlerinde Sosyal Sermaye Edinme Biçimleri: Bağımsız Kadın Yönetim Kurulu Üyeleri Üzerine Bir Araştırma*. Ankara : Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Altay, A. (2007). Bir Kamu Mali Olarak Sosyal Sermaye ve Yoksulluk İlişkisi. *Ege Akademik Bakış*, 7(1), s. 337-362.
- Aydemir, M. A. (2011). *Toplumsal İlişkilerin Sosyal Sermaye Değeri: Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Üzerine Bir Araştırma*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydemir, M. ve Tecim, E. (2012). Türk Toplumunda Aile ve Dinin Sosyal Sermaye Potansiyeli. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, s. 43-59.
- Babaei, H., Ahmad, N. ve Gill, S. (2012). Bonding, Bridging and Linking Social Capital and Empowerment Among Squatter Settlements in Tehran, Iran. *World Applied Sciences Journal*, 17(1), s. 119-126.
- Badrfam, R. ve Zandifar, A. (2020). Iranian Mental Health During the COVID-19 Epidemic. *Asian Journal of Psychiatry*, 51, s. 1.
- Baer, M. (2010). The Strength-of-Weak-Ties Perspective on Creativity: A Comprehensive Examination and Extension. *Journal of Applied Psychology*, 95(3), s. 592-601.
- Barrutia, J. ve Echebarria, C. (2010). Social Capital, Research and Development, and Innovation: An Empirical Analysis of Spanish and Italian Regions. *European Urban and Regional Studies*, 17(4), s. 371-385.
- Başak, S. ve Öztaş, N. (2010). Güven Ağ Bağları, Sosyal Sermaye ve Toplumsal Cinsiyet. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), s. 27 - 56.
- Batt, P. J. (2008). Building Social Capital in Networks. *Industrial Marketing Management*, 37(5), s. 487-491.
- Bayhan, İ. (2018). *Liderlik Davranışının Duygusal Emek ve Yenilikçi İklim Üzerindeki Etkisinde Sosyal Sermaye ile Entelektüel Sermayenin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Betil, İ. (2010). Sivil Toplum, Sosyal Sermaye, Sosyal Girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), s. 21-25.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. J. Richardson içinde, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (s. 231-258). New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (2010). Sermaye Biçimleri. M. M. Şahin, & A. Z. Ünal içinde, *Sosyal Sermaye Kuram Uygulama Eleştirisi* (s. 45-75). Değişim Kitapevi.
- Bourdieu, P. ve Passeron, J.-C. (2014). *Varisler Öğrenciler ve Kültür*. İstanbul: Heretik.

- Burt, R. S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. USA: Harvard University Press.
- Burt, R. S. (1997). The Contingent Value of Social Capital. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), s. 339-365.
- Burt, R. (2000). The Network Structure of Social Capital. *Research in Organizational Behaviour*, 22, s. 345-423.
- Burt, R. (2002). Bridge Decay. *Social Networks*, 24(4), s. 333-363.
- Burt, R. S. (2004). Structural Holes and Good Ideas. *American Journal of Sociology*, 110(2), s. 349-399.
- Butler, B. ve Purchase, S. (2008). Use of Social Capital Among Russian Managers of A New Generation. *Industrial Marketing Management*, 37(5), s. 531-538.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar Ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), s. 470 - 483.
- Büyüksaraç, E. M. (2015). *Sosyal Sermayenin Bilgi Paylaşım Yönelimi Aracılığı ile Organizasyonel Performansa Etkisi*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Cambridge dictionary (2008). *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*. <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/trust> sitesinden alındı (Erişim Tarihi: 20.03.2021).
- Camps, S. ve Marques, P. (2014). Exploring How Social Capital Facilitates Innovation: The Role of Innovation Enablers. *Technological Forecasting and Social Change*, 88, s. 325-348.
- Cao, Q., Şimşek, Z. ve Jansen, J. (2012). CEO Social Capital and Entrepreneurial Orientation of the Firm: Bonding and Bridging Effects. *Journal of Management*, 41(7), s. 1-25.
- Carpiano, R. (2006). Toward A Neighborhood Resource-Based Theory of Social Capital for Health: Can Bourdieu and Sociology Help. *Social Science & Medicine*, 62(1), s. 165-175.
- Cersosimo, D. ve Nistico, R. (2007). Social Capital in Economics. D. Castiglione, J. Van Deth, G. Wolleb, D. Castiglione, J. Van Deth, & G. Wolleb (Dü) içinde, *Hand of Social Capital* (s. 386-403). Oxford University Press.
- Chang, M. - L. (2016). On The Relationship Between Intragroup Conflict and Social Capital in Teams: A Longitudinal Investigation in Taiwan. *Journal of Organizational Behavior*, 38(1), s. 1-25.

- Chen, R. ve Sharma, S. (2013). Self-Disclosure at Social Networking Sites: An Exploration Through Relational Capitals. *Information Systems Frontiers*, 15(2), s. 269–278.
- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H. ve Wangc, E. (2006). Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An İntegration of Social Capital and Social Cognitive Theories. *Decision Support Systems*, 42(3), s. 1872-1888.
- Coffe, H. ve Geys, B. (2007). Toward an Empirical Characterization of Bridging and Bonding Social Capital. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(1), s. 121-139.
- Cohen, D. ve Prusak, L. (2001). *Kavrayamadığımız Zenginlik: Kuruluşların Sosyal Sermayesi*. (A. Kardam, Çev.) İstanbul: MESS.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, s. 95-120.
- Coleman, J. (2010). Beşeri Sermayenin Yaratılmasında Sosyal Sermaye. M. Şahin, & A. Ünal içinde, *Sosyal Sermaye Kuram Uygulama Eleştiri* (s. 77-119). İstanbul: Değişim.
- Çağbayır, Y. (2007). *Ötüken Türkçe Sözlük*. İstanbul: Ötüken.
- Çalışkan, D. (2010). *Yenilikçi Oluşumlarda Sosyal Sermayenin Rolü ve Burdur İli Üzerine Bir Araştırma*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetin, A. (2005). Entellektüel Sermaye ve Ölçülmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), s. 359 - 378.
- Çetin, B. (2019). *Performans Yönetimi Algısı Üzerine Örgütsel Sosyal Sermayenin Etkisi: Bir Sektörel Araştırma*. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Devamoğlu, S. (2008). *Sosyal Sermaye Kuramı Açısından Türkiye’de Demokrasi Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme*. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dorais, L.-J. (2009). The Vietnamese in Montreal, Canada: Reflections on Intangible Capital and Immigration. *Asian and Pacific Migration Journal*, 18(2), s. 231-254.
- Düzgün, A. (2018). *Stratejik Liderlik, Sosyal Sermaye ve Performans Arasındaki İlişkiler: İSO 500 İşletmelerinde Nitel Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ellison, N., Steinfield, C., & 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), s. 1143–1168.

- Ergin, R. A. (2007). *Sosyal Sermayenin Yöneticiler Bağlamında Ölçülmesine Yönelik Konya Sanayisinde Bir Araştırma*. Konya: Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ergincan, S. E. (2012). *Social Capital and Transformation of Small and Medium-Sized Enterprises in Turkey, Yılmaz Reduktor Case*. İstanbul: Fatih Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ergun Karabulut, S. (2019). *Sınıf Öğretmenlerinin Kültürel Sermayeleri, Özyeterlilikleri ve Okullarındaki Sosyal Sermayeye Yönelik Algılarının İncelenmesi*. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erkuş, A. (2006). *Entelektüel Sermaye: Bir Uygulama*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erselcan, F. (2009). *Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma: Sivas, Kayseri, Yozgat Bölgesinde Bir Araştırma*. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Evin, E. (2019). *Kurumsal Sosyal Sermaye Uygulamaları ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi Niğde Belediyesi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Felander, S. (2007). The Importance of Different Forms of Social Capital for Health. *Acta Sociologica*, 50(2), s. 115-128.
- Fernandez, R. ve Gould, R. (1994). A Dilemma of State Power: Brokerage and Influence in the National Health Policy Domain. *American Journal of Sociology*, 99(6), s. 1455-1491.
- Field, J. (2008). *Sosyal Sermaye*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Fleming, L., Mingo, S., & Chen, D. (2007). Collaborative Brokerage, Generative Creativity, and Creative Success. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), s. 443-475.
- Fukuyama, F. (2001). Social Capital, Civil Society and Development. *Third World Quarterly*, 22(1), s. 7-20.
- Fukuyama, F. (2005). *Güven: Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması*. (A. Buğdaycı, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Fukuyama, F. (2010). Sosyal Sermaye ve Sivil Toplum. A. Z. Ünal, & M. M. Şahin içinde, *Sosyal Sermaye Kuram Uygulama Eleştirisi* (s. 143-170). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Gargiulo, M. ve Benassi, M. (2000). Trapped in Your Own Net? Network Cohesion, Structural Holes, and the Adaptation of Social Capital. *Organization Science*, 11(2), s. 183-196.

- George, D. ve Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update*. Boston: Pearson.
- Gerçil, G. ve Aracı, M. (2011). Sosyal Sermayenin Güven Unsurunun İşgörenlerin Performansı Üzerine Etkileri. *Çalışma ve Toplum, 1*.
- Gerni, M. (2013). *İlişkilerin Maddi Yönü Sosyal Sermaye ve Örgütsel Boyutu*. İstanbul: Beta.
- Gonzalez, G., Claro, D. ve Palmatier, R. (2014). Synergistic Effects of Relationship Managers' Social Networks on Sales Performance. *Journal of Marketing, 78*(1), s. 76 –94.
- Gould, R. ve Fernandez, R. (1989). Structures of Mediation: A Formal Approach to Brokerage in Transaction Networks. *Sociological Methodology, 19*, s. 89-126.
- Gök, M. (2015). Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşları ve Sosyal Sermaye. *Sosyoloji Konferansları* (s. 52). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Metodoloji ve Sosyoloji Araştırmaları.
- Graham, L. (2016). *Beyond Social Capital The Role of Leadership, Trust and Government Policy in Northern Ireland’s Victim Support Groups*. London: Springer Nature.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*(78), s. 1360-1380.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology, 91*(3), 481-510.
- Gül, B. (2018). *The Social Capital of Nascent Entrepreneurs: A Qualitative Case Study Design*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Gündoğdu, N. (2015). *İş Ağlarının ve Sosyal Sermayenin Uluslararasılaşma ve Yenilikçilik Üzerindeki Etkisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güney, Ö. (2020). *Solomo Pazarlama, Sosyal Sermaye, Tutum ve Bağlılık Etkileşimi: Nevşehir İli Örneği*. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürkan, S. L. (2005). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* (Cilt 30). İstanbul.
- Hamad, A. A. (2017). *The Effect of Social Capital on Operational Performance: A Research in Erbil*. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hanifan, L. J. (1916). The Rural School Community Center. *Annals of the American Academy of Political and Social Science, 46*, s. 130-138.

- Hansen, M. T. (1999). The Search-Transfer Problem: The Role of Weak Ties in Sharing Knowledge Across Organization Subunits. *Administrative Science Quarterly*, 44(1), s. 84-111.
- Harpham, T. (2008). The Measurement of Community Social Capital Through Surveys. I. Kawachi, D. Kim ve S. Subramanian içinde, *Social Capital and Health* (s. 51-62). Springer.
- Häuberer, J. (2010). *Social Capital Theory: Towards a Methodological Foundation*. Prague: Springer Science ve Business Media.
- Hazleton, V. ve Kennan, W. (2000). Social Capital: Reconceptualizing The Bottom Line. *Corporate Communications An International Journal*, 5(2), s. 81-87.
- Heng, H., McGeorge, W. ve Loosemore, M. (2005). Beyond Strategy: Exploring The Brokerage Role of Facilities Manager in Hospitals. *Journal of Health Organization and Management*, 19(1), s. 16 - 31.
- Hızlı, E. (2016). *Siyasal Partilerin Sosyal Ağları: Partiler, Kadın Örgütleri ve Sosyal Sermaye*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hofer, M. ve Aubert, V. (2013). Perceived Bridging and Bonding Social Capital on Twitter: Differentiating Between Followers and Followees. *Computers in Human Behavior*, 29(6), s. 2134-2142.
- Hsu, J.-C. ve Hung, Y. (2013). Exploring the Interaction Effects of Social Capital. *Information & Management*, 50(7), s. 415-430.
- Ibarra, H., & Andrews, S. (1993). Power, Social Influence, and Sense Making: Effects of Network Centrality and Proximity on Employee Perceptions. *Administrative Science Quarterly*, 38(2), s. 277-303.
- Inoguchi, T. (2002). Broadening the Basis of Social Capital in Japan. R. D. Putnam içinde, *Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society* (s. 1-52). Oxford University Press.
- İnci, M. (2015). *Sermayenin Sosyal Doğası, Sosyal Sermaye ve Bireysel Çıkar: Muğla Sermaye Grupları Örneği*. Muğla: Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İSO, (2018a): Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu 2018. *İstanbul Sanayi Odası*
- İSO, (2018b): Türkiye'nin 500 İkinci Büyük Sanayi Kuruluşu 2018. *İstanbul Sanayi Odası*
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.

- Kaasa, A. (2009). Effects Of Different Dimensions Of Social Capital On Innovative Activity: Evidence From Europe At The Regional Level. *Technovation*, 29(3), s. 218-233.
- Kalaycı, Ş. (2006). *Faktör Analizi. SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kalaycı, Ş. (2006). *Faktör Analizi. SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kale, P., Singh, H. ve Perlmutter, H. (2000). Learning and Protection of Proprietary Assets in Strategic Alliances: Building Relational Capital. *Strategic Management Journal*, 21(3), s. 217-237.
- Kangal, N. (2013). *Sosyal Sermaye Teorileri ve Sosyal Sermayenin Kalkınma İlişkisi: Türkiye Örneği*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kapu, H. (2008). Sosyal Sermaye ve Organizasyonların Öngörü Yeteneğini Geliştirme Gücü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), s. 260-288.
- Karabey, C. N. (2009). *Girişimcilikte Fırsat Tanımlamayı Etkileyen Bireysel Faktörler: Beşeri ve Sosyal Sermaye Perspektifi*. İşletme. Erzurum: Atatürk Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karagül, M. ve Masca, M. (2005, Nisan 21). Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, s. 37-52.
- Karahanna, E. ve Preston, D. (2013). The Effect of Social Capital of the Relationship Between the CIO and Top Management Team on Firm Performance. *Journal of Management Information Systems*, 30(1), s. 15-56.
- Karakayacı, Ö. (2011). *Sanayi Kümelerinin Başarısında Sosyal Sermayenin Rolü: Ankara ve Konya Makine İmalat Sanayi Örneği*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, O. (2020). *Okul Yöneticilerinin Etik Liderlik Davranışları ile Öğretmenlerin Sosyal Sermaye Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kaya, Y. (2011). *Sosyal sermaye Düzeyinin Belirlenmesi ve Sosyal Sermaye Düzeyini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Gönüllü Teşekküller Bağlamında Kayseri Örneği*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keleş, H. N. (2012). *Sosyal Sermaye*. Konya: Eğitim.
- Keskin, M. (2008). *Sosyal Sermaye ve Bölgesel Kalkınma: Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası Üyelerinde Sosyal Sermaye Düzeyi ve Belirleyicilerinin Analizi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kim, D., Subramanian,, S. ve Kawachi, I. (2006). Journal of Epidemiology & Community Health. *Bonding Versus Bridging Social Capital and Their Associations With Self Rated Health: A Multilevel Analysis of 40 US Communities*, 60(2), s. 116-122.
- Kim, Y. ve Cannella, A. (2008). Social Capital Among Corporate Upper Echelons and its Impacts on Executive Promotion in Korea. *Journal of World Business*, 43(1), s. 85-96.
- Kirkels, Y. ve Duysters, G. (2010). Brokerage in SME Networks. *Research Policy*, 39(3), s. 375-385.
- Kitapçı, İ. (2017). Sosyal Sermayenin İnovasyon Üzerindeki Etkileri. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(2), 119 - 137.
- Knack, S. ve Keefer, P. (1997). Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. *Quarterly Journal of Economics*, 112(4), s. 1251-1288.
- Koç, H. (2009). Entellektüel Sermaye Açısından Lider Yöneticilik Davranışının Sektörel Farklılaşması. *Kamu- İş*, 10(3), s. 201-217.
- Konak, S. (2018). *Dışsal Sosyal Sermayenin İşletme Performansına Etkisinde Rekabet Stratejilerinin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Krackhardt, D. (1992). The Strength of Strong Ties: The Importance of Philos in Organizations. N. Nohria ve R. G. Eccles içinde, *Networks and Organizations: Structure, Form, and Action* (s. 216-239). Harvard Business School Press.
- Kramer, R. (2006). Social Identity and Social Capital: The Collective Self at Work. *Public Management Review*, 9(1), s. 25-45.
- Krishna, A. ve Shrader, E. (1999). Social Capital Assessment Tool. *Conference on Social Capital and Poverty Reduction*. Washington, D.C.
- Küçükkaban, A. (2015). *Girişimsel Yönelim, Yenilikçilik ve Sosyal Sermayenin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi*. Kocaeli: Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kwon, S.-W. ve Adler, P. (2014). Social Capital: Maturation of a Field of Research. *Academy of Management Review*, 39(4), s. 412-422.
- Landry, R., Amara, N. ve Lamari, M. (2002). Does Social Capital Determine Innovation? To What Extent? *Technological Forecasting and Social Change*, 69(7), s. 681-701.

- Langerak, F. (2003). An Appraisal of Research on the Predictive Power of Market Orientation. *European Management Journal*, 21(4), s. European Management Journal.
- Lawson, B., Tyler, B. ve Cousins, P. (2008). Antecedents and Consequences of Social Capital on Buyer Performance Improvement. *Journal of Operations Management*, 26(3), s. 446-460.
- Lee, R. (2009). Social Capital and Business and Management: Setting a Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 11(3), s. 247 - 273.
- Lee, R. (2018). Effects of Structural, Relational and Cognitive Social Capital on Resource Acquisition: A Study of Entrepreneurs Residing in Multiply Deprived Areas. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(5), s. 1-21.
- Leenders, R. ve Gabbay, S. (1999). The Structure of Advantage and Disadvantage. R. T. Leenders, & S. M. Gabbay içinde, *Corporate Social Capital and Liability* (s. 1-14). Spriger ABD.
- Lefebvre, V. M., Sorenson, D., Henchion, M. ve Gellynck, X. (2016). Social Capital and Knowledge Sharing Performance of Learning Networks. *International Journal of Information Management*, 36(4), s. 570-579.
- Leonard, M. (2004). Bonding and Bridging Social Capital: Reflections from Belfast. *Sociology*, 38(5), s. 927-944.
- Li, C.-R., Lin, C.-J. ve Huang, H.-C. (2014). Top Management Team Social Capital, Exploration-Based Innovation, and Exploitation-Based Innovation in SMEs. *Technology Analysis and Strategic Management*, 26(1), s. 69-85.
- Lin, N. (1999). Building a Network Theory of Social Capital. *Connections*, 22(1), s. 28-51.
- Lin, N. (2005). A Network Theory of Social Capital. D. Castiglione, J. Deth, & G. Wolleb içinde, *Handbook on Social Capital* (s. 50-69). Oxford University Press.
- Lin, N. (2010). Sosyal Sermaye: Network Kuramının İnşası. M. M. Şahin, & A. Z. Ünal içinde, *Sosyal Sermaye Kuram Uygulama Eleştirisi* (s. 171-220). İstanbul: Değişim.
- Lofors, J. ve Sundquist, K. (2007). Low-Linking Social Capital as A Predictor of Mental Disorders: A Cohort Study of 4.5 Million Swedes. *Social Science ve Medicine*, 64(1), s. 21-34.
- Long, J., Cunningham, F. C., Wiley, J. ve Carswell, P. (2013). Leadership in Complex Networks: the Importance of Network Position and Strategic Action in A Translational Cancer Research Network. *Implementation Science*, 8(1), s. 1-11.

- Long, J., Cunningham, F. ve Braithwaite, J. (2013). Bridges, brokers and boundary spanners in. *BMC Health Services Research*, 13(1), s. 1-13.
- Lopez-Kidwell, V. ve Borgatti, S. (2012). Network Theory. J. Scott ve P. J. Carrington içinde, *The SAGE Handbook of Social Network Analysis* (s. 40-54). London: SAGE Publications.
- Loury, G. C. (1977). A Dynamic Theory of Racial Income Differences. *Women, Minorities, and Employment Discrimination* (s. 153-188). içinde
- Lowik, S., van Rossum, D., Kraaijenbrink, J. ve Groen, A. (2012). Strong Ties as Sources of New Knowledge: How Small Firms Innovate through Bridging Capabilities. *Journal of Small Business Management*, 50(2), s. 239 - 256.
- Lyu, J., Huang, H. ve Hu, L. (2019). Leisure Education and Social Capital: The Case of University Programmes for Older Adults in China. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport ve Tourism Education*, s. 1-12.
- Macke, J. ve Dilly, E. (2010). Social Capital Dimensions in Collaborative Networks: The Role Of Linking Social Capital. *International Journal of Social Inquiry*, 3(2), s. 121-136.
- Mahmood, T. ve Mubarik, M. S. (2020). Balancing Innovation and Exploitation in The Fourth Industrial Revolution: Role of Intellectual Capital and Technology Absorptive Capacity. *Technological Forecasting and Social Change*, 160.
- Marineau, J., Labianca, G., Brass, D., Borgatti, S. ve Vecchi, P. (2018). Individuals Power and Their Social Network Accuracy: A Situated. *Social Networks*, 54, s. 145-161.
- Mele, D. (2003). Organizational Humanizing Cultures: Do They Generate Social Capital. *Journal of Business Ethics*, 45(1-2), s. 3-14.
- Meng, J., Chung, M. ve Cox, J. (2016). Linking Network Structure to Support Messages: Effects of Brokerage and Closure on Received Social Support. *Journal of Communication*, 66(6), s. 982-1006.
- Mısırdalı, F. (2006). *Örgüt İçi Bilgi Paylaşımında Sosyal Sermayenin Etkisi: Kütahya Porselen A.Ş.'de Bir Uygulama*. İşletme. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Moran, P. (2005). Structural vs. Relational Embeddedness: Social Capital and Managerial Performance. *Strategic Management Journal*, 26(12), s. 1129 - 1151.
- Nahapiet, S. ve Ghoshal, J. (1998). Social Capital Intellectual Capital And The Organizational Advantage. *Academy Of Management Review*, 23(2), s. 242-266.

- NormanUphoff. (1999). Understanding Social Capital: Learning from the Analysis and Experience of Participation. P. Dasgupta, & I. Serageldin içinde, *Social Capital A Multifaceted Perspective* (s. 215-248). World Bank Publications.
- Obstfeld, D., Borgatti, S. ve David, J. (2014). Brokerage As A Process: Decoupling Third Party Action From Social Network Structure. *Contemporary Perspectives on Organizational Social Networks*, 40, s. 135-159.
- OECD (2017), *How's Life? 2017: Measuring Well-being*, OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/how_life-2017-en.
- OECD (2020), *How's Life? 2020: Measuring Well-being*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9870c393-en>.
- Öğüt, A. ve Erbil, C. (2009). *Sosyal Sermaye Yönetimi*. Konya: Çizgi.
- Öz, İ. (2014). *Sosyal Sermaye Düzeyini Belirleyen Faktörler: Dumlupınar Üniversitesi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özcan, B. (2018). *Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Özcan, S. (2020). *Sosyal Sermaye Unsurlarından "Sosyal Ağların" İncelenmesi: İkitelli OSB'de Ampirik Bir Çalışma*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, A. A. (2007). *Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye Ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Bir Uygulama*. İşletme. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özer, F. (2016). *Kapalı ve Güçlü Bağlara Dayalı Sosyal Sermayede Değişim: Türkiye Örgütsel Yaşamında İslami Sosyal Sermayenin Yapısal Evrimi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özgün, A. H. (2019). *Sosyal Sermaye, Entelektüel Sermaye, İnovasyon ve Performans İlişkisi: Sağlık Kurumları Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Özsöz, C. (2007). Pierre Bourdieu'nün Temel Kavramlarına Giriş. *Sosyoloji Notları*, s. 15-21.
- Öztaş, N. (2007). Sosyal Sermayenin Ağbağ Kuramları: Dayanışmacı ve Aracı Sosyal Sermaye. *Amme İdare Dergisi*, 40(3), s. 79-98.
- Öztopcu, A. (2016). *Küçük Ölçekli Firma Kararları Üzerinde Girişimci Sosyal Sermayesinin Etkisi*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde "Habitus", "Sermaye" ve "Alan" Üzerine. *Liberal Düşünce Dergisi*(62), s. 121-141.

- Paşamehmetoğlu, A. (2010). *Kültürel Değerlerde Farklılaşmanın Sosyal Sermayeye Etkileri: Ankara Mobilyacılar Sitesi (Siteler) ve Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi (OSTİM) Üzerine Bir Araştırma*. Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Paxton, P. (2002). Social Capital and Democracy: An Interdependent Relationship. *American Sociological Review*, 67(2), s. 254-277.
- Pearsall, J. ve Trumbell, B. (1996). *The Oxford English Reference Dictionary*. New York: Oxford University Press.
- Pearson, A., Carr, J. ve Shaw, J. (2008). Toward a Theory of Familiness: A Social Capital Perspective. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 32(6), s. 949-969.
- Petek, E. (2020). *Sosyal Sermayenin Motivasyona Etkisi: Kastamonu Üniversitesi Örneği*. Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pollock, T., Porac, J. ve Wade, J. (2004). Constructing Deal Networks: Brokers as Network “Architects” in the U.S. IPO Market and Other Examples. *Academy of Management Review*, 29(1), s. 50–72.
- Portes, A. (1998). Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review Sociology*(24), s. 1-24.
- Prell, C. ve Skvoretz, J. (2008). Looking at Social Capital Through Triad Structures. *Connections*, 28(2), s. 4-16.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Amerika Birleşik Devletleri: Princeton University Press.
- Putnam, R. (1995). Bowling Alone: America’s Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), s. 65-78.
- Putnam, R. (1996). The Strange Disappearance of Civic America. *American Prospect*, 24, s. 34-49.
- Rajkumar, R. (2020). COVID-19 And Mental Health: A Review of The Existing Literature. *Asian Journal of Psychiatry*, 52.
- Ramström, J. (2008). Inter-Organizational Meets Inter-Personal: an Exploratory Study of Social Capital Processes in Relationships Between Northern European and Ethnic Chinese Firms. *Industrial Marketing Management*, 37(5), s. 502-512.
- 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(1), s. 429–442.

- Sampson, R., Raudenbush, S. ve Earls, F. (1997). Neighborhoods and Violent Crime: A Multilevel Study of Collective Efficacy. *American Association for the Advancement of Science*, 277(5328), s. 918- 924.
- Sandstrom, G. ve Dunn, E. (2014). Social Interactions and Well-Being: The Surprising Power of Weak Ties. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(7), s. 910–922.
- Sarı, S. (2015). *Sosyal Sermaye ile Finansal Performans Arasındaki İlişki ve Bu İlişkide Uluslararası Çeşitlenmenin Aracılık Etkisi: Türkiye'deki İşletme Grupları Örneği*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2013). *Bilim Felsefe ve Metodoloji: "Araştırmada Yöntem Problemi" - SPSS ve Lisrel Uygulamalı*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Saruhan, Ş. C., & Özdemirci, A. (2013). *Bilim Felsefe ve Metodoloji: "Araştırmada Yöntem Problemi" - SPSS ve Lisrel Uygulamalı*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Sauerwald, S., Lin, Z. ve Peng, M. (2014). Board Social Capital and Excess Ceo Returns. *Strategic Management Journal*, 37(3), s. 498-520.
- Sayğan, M., Cenk, S. ve Recep, Y. (2010). Küresel Krizin Aşılmasında Alternatif Bir Yol: Sosyal. *Bigi Dünyası*, 10(1), s. 140-154.
- Sherif, K., Hoffman, J. ve Thomas, B. (2006). Can Technology Build Organizational Social Capital? The Case Of A Global IT Consulting Firm. *Information & Managemen*, 43(7), s. 795-804.
- Shipilov, A. ve Danis, W. (2006). TMG Social Capital, Strategic Choice and Firm Performance. *European Management Journal*, 24(1), s. 16-27.
- Siisiainen, M. (2000). Two Concepts of Social Capital: Bourdieu vs. Putnam. *Paper presented at ISTR Fourth International Conference "The Third Sector: For What and for Whom?"*. Dublin, Ireland.
- Sipahi, B. ve Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım.
- Soda, G., Usai, A. ve Zaheer, A. (2004). Network Memory: The Influence Of Past And Current Networks On Performance. *The Academy of Management Journal*, 47(6), s. 893-906.
- Sorensen, B. ve Nielsen, B. (2018). Social Capital as it Pertains to International Ventures in Asia: A Comparative Study of Theravada Buddhist Laos and Confucian China. *International Journal of Cross Cultural Management*, 18(2), s. 221-240.

- Söylemez, M. (2019). *Dönüştürsel Liderlik, Sosyal Sermaye, Özyeterlilik ve Lider-Üye Etkileşimi İlişkisi: Kocaeli Serbest Bölgesinde Bir Araştırma*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sözen, H. ve Sagsan, M. (2010). The Brokerage Roles In The Organizational Networks And Manipulation Of Information Flow. *International Journal of Ebusiness E Government Studies*, 2(2), s. 41-51.
- Spiro, E., Acton, R. ve Butts, C. (2013). Extended Structures Of Mediation: Re-Examining Brokerage In Dynamic Networks. *Social Networks*, 35(1), s. 130-143.
- Suna, B. (2017). *Otel İşletmelerinde Sahip ve Yöneticilerinin Sosyal Sermaye Unsurlarından Sosyal Ağlarının Müşteri Teminine Etkisi Gaziantep Örneği*. Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Szreter, S. (2002). The State of Social Capital: Bringing Back in Power, Politics, and History. *Theory and Society*, 31(5), s. 573-621.
- Szreter, S. ve Woolcock, M. (2004). Health by Association? Social Capital, Social Theory, and the Political Economy of Public Health. *International Journal of Epidemiology*, 33(4), s. 650-667.
- Şahin, M. M. (2019). *Motivasyonun, Sosyal Sermaye ve İş Tatmini Arasındaki Aracılık Etkisinin Araştırılması: Batman Üniversitesinde Bir Uygulama*. Batman: Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şan, M. K. (2007, 06 01). Bilgi Toplumuna Geçişte Sosyal Sermayenin Taşıdığı Önem ve Türkiye Gerçeği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Dergisi*, s. 70-95.
- Şan, M. K. ve Akyiğit, H. (2015, 07 30). Sosyal Sermaye Tartışmaları ve Türkiye’de Sosyal Sermayenin Ölçülmesinin Sorunu. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 123-134.
- Şan, M. ve Şimşek, R. (2011). Sosyal Sermaye Kavramının Tarihsel-Sosyolojik Arkapları. *Akademik İncelemeler Dergisi*, s. 88-110.
- Tabak, O. (2020). *Sosyal Sermaye ve Bölgesel Kalkınma İlişkisi: Türkiye’de Düzey 3 Bölgeleri İçin Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., ve Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Pearson.
- Tan, J., Zhang, H. ve Wang, L. (2015). Network Closure or Structural Hole? The Conditioning Effects of Network-Level Social Capital on Innovation Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), s. 1189-1212.

- Tavakol, M. ve Dennick, R. (2011). Making Sense of Cronbach's Alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, s. 53-55.
- Tavits, M. (2006). Making Democracy Work More? Exploring the Linkage between Social Capital and Government Performance. *Political Research Quarterly*, 59(2), s. 211-225.
- TDK (2011). *Genel Açıklamalı Sözlük Online*. Ankara: TDK Yayınları. <https://sozluk.gov.tr/?kelime=%20g%C3%BCven> (Erişim Tarihi: 20.03.2021).
- Toprakçı Alp, G. (2018). *Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye: Antalya'da Faaliyet Gösteren Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tsai, W. ve Ghoshal, S. (1998). Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks. *Academy of Management Journal*, 41(4), 464-476.
- Tuncay, N. (2016). *Yöneticilerin Liderlik Davranışlarının Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi: Konya İşletmelerinde Bir Uygulama*. Konya: KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tunçbilek, M. (2020). *Teknoloji Yöneticilerinin Sosyal Sermayelerinin Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü Üzerindeki Etkisi*. Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Turan, A. (2013). *Sosyal Sermayenin Bilgi Paylaşma Tutumuna Etkisi: Motivasyonun Bu Etkideki Rolü Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Turgut, E. (2013). *Sosyal Sermaye ve Bilgi Paylaşımı Davranışının Yenilikçilik İklimine Etkisi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Turgut, E. ve Begenirbaş, M. (2014). İlişkisel Sosyal Sermayenin Yenilikçi Davranışa Etkisinde Örtülü Bilgi Paylaşımı Davranışının Aracılık Rolü. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(1), s. 146-160.
- Tüylüoğlu, Ş. (2006). Sosyal Sermaye, İktisadi Performans ve Kalkınma: Bir Yazın Taraması. *Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi*, s. 14-60.
- Tüysüz, N. (2011). Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi ve Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması.
- Uğuz, H. E. (2010). *Kişisel Kuramsal Gelişmeye Farklı Bir Yaklaşım Sosyal Sermaye*. Ankara: Orion.
- Umphress, E., Labianca, G., Brass, D., Kass, E. ve Scholten, L. (2003). The Role of Instrumental and Expressive Social Ties in Employees' Perceptions of Organizational Justice. *Organization Science*, 14(6), s. 738-753.

- Uphoff, N. (2000). Understanding Social Capital: Learning From The Analysis and Experience of Participation. P. Dasgupta ve I. Serageldin içinde, *Social Capital: A Multifaceted Perspective* (s. 215-249). World Bank Publications.
- Uslaner, E. M. (2008). Trust as A Moral Value. D. Castiglion, J. W. Van Deth ve G. Wolleb içinde, *The Handbook of Social Capital* (s. 101-121). Oxford University Press.
- Uzzi, B. (1997). Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), s. 35-67.
- Uzzi, B. (1999). Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations and Networks Benefit. *American Sociological Review*, 64(4), s. 481-505.
- Wallis, J., Killerby, P. ve Dollery, B. (2004). Social Economics and Social Capital. *International Journal of Social Economics*, 31(3), s. 2004.
- Wasko, M. ve Faraj, S. (2005). Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice. *MIS Quarterly*, 29(1), s. 35-57.
- Wells, K. (2011). The Strength Of Weak Ties: The Social Networks Of Young Separated Asylum Seekers And Refugees In London. *Children's Geographies*, 9(3-4), s. 319 – 329.
- Woolcock, M. (2001). The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes. *Canadian Journal of Policy Research*, 2(1), s. 1-17.
- Woolcock, M. ve Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy. *World Bank Research Observer*, 15(2), s. 225-49.
- World Bank (1998). *The Initiative on Defining, Mentoring and Measuring Social Capital: Overview And Program Description*, Social Capital Initiative Working Paper No: 1, pp.1-33.
- World Bank (2020). *Fy 2020 Turkey Country Opinion Survey Report*. <https://microdata.worldbank.org/index.php/catalog/3760> (Erişim Tarihi: 25.04.2021).
- Xiao, Z. ve Tsui, A. (2007). When Brokers May Not Work: The Cultural Contingency of Social Capital in Chinese High-tech Firms. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), s. 1-31.
- Yaşlıoğlu, M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, s. 74 - 85.

- Yawson, K. A. (2018). *Social Capital in Institutions of Higher Education: An Examination of The Interaction Between Social Capital and Department Leadership*. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yay, S. (2018). *Kurumsal İktisat Perspektifinden Mali Kurumlara Güven ve Sosyal Sermaye İlişkisi: Teori ve Uygulama*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldırım, E. (2019). *Sosyal Sermaye ve Bireysel Motivasyon Faktörlerinin Bilgi Paylaşma Niyeti Üzerine Etkisi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız, D. ve Uzunsakal, E. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması Ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi, 1*, s. 14-28.
- Young, C.-S. (2005). Top Management Teams' Social Capital in Taiwan: The Impact on Firm Value in an Emerging Economy. *Journal of Intellectual Capital, 6*(2), s. 177-190.
- Zafer, E. (2020). *Kişsel Satışta Sosyal Sermayenin Müşteri İlişkilerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zaheer, A. ve Soda, G. (2009). Network Evolution: The Origins of Structural Holes. *Administrative Science Quarterly, 54*(1), s. 1-31.
- Zhao, J., Wang, M., Zhu, L. ve Ding, J. (2014). Corporate Social Capital and Business Model Innovation: The Mediating Role of Organizational Learning. *Frontiers of Business Research in China, 8*(4), s. 500-528.
- Zheng, G., Zhu, L., Liu, C. ve Chen, Y. (2019). TMT Social Capital, Network Position and Innovation: The Nature of Micro-Macro Links. *Frontiers of Business Research in China, 13*(3), s. 1-23.
- Ziersch, A., Baum, F., MacDougall, C. ve Putland, C. (2005). Neighbourhood Life and Social Capital: The Implications for Health. *Social Science & Medicine, 60*(1), s. 71-86.

EKLER

Ek-1: Anket Formu

Sayın Katılımcı;

Bu anket formu Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD'nde "Türler Bağlamında Sosyal Türkiye'de Yöneticiler Bağlamında Karşılığının Aramak: İlk 1000 Firma Yöneticiler Üzerinden Bir Alan Araştırması" konulu yüksek lisans tezine veri sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Anket formuna vereceğiniz cevapların doğruluğu, çalışmanın güvenliği açısından önemli olup, lütfen size en yakın şıkkı işaretleyiniz. Vereceğiniz bilgiler Tamamen Bilimsel Amaçlarla kullanılacak olup, başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Katılımınız için teşekkür ederim. Bu çalışmada Nahapiet ve Ghoshal 1998, Moran ve Ghoshal 1996, Tsai ve Glohashal 1998 çalışmalarından faydalanılarak Yapısal ve Bilişsel Sosyal Sermaye Ölçeği, K. Pajak 2006 yılındaki çalışmasında Köprülü Sosyal Sermaye ölçeği, Christoph Houser 2007 yılındaki çalışmasında Zayıf Bağlar Ölçeği, Dünya Değerler Araştırması, Jenny Onyx ve Paul Bullen ve yerel yazındaki çalışmalarından faydalanılarak Güçlü Bağ, Bağlantılı ve Birleştiren Sosyal Sermaye Ölçeği oluşturulmuştur.

Yüksek Lisans Öğrencisi
Yunus Emre ERTUĞRUL

Demografik Özellikler	
1. Cinsiyetiniz	Erkek () Kadın ()
2. Yaşınız:	18-25 () 26-35 () 35-45 () 45-55 () 55 ve üstü ()
3. Medeni Haliniz:	Bekâr () Evli ()
4. İşletmenizin Yapısı:	Aile İşletmesi () Anonim Şirket () LTD () Diğer ()
5. İşletmeyi Kimler Yönetmekte:	Aile üyeleri () Ortaklar () Profesyonel Yöneticiler ()
6. İşletme Hangi Alanlarda Faaliyet Göstermektedir:	Metal () Makine () Madencilik () Gıda () Plastik () İnşaat Malzeme ve Yapı () Mobilya () Tekstil () Otomotiv Yan Sanayi () Diğer (Lütfen belirtiniz).....
7. İşletmenizde kaç kişi çalışmakta:	1-10 () 11-50 () 51-250 () 251 ve üstü ()
8. Eğitim Düzeyi:	İlköğretim () Lise () Ön lisans () Lisans () Lisansüstü ()

Zayıf ve Güçlü Bağ Ölçeği	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
9. İnsanların çoğunluğu güvenilirdir.					
10. Herhangi bir problemle karşılaştığımızda ailemden ya da yakın arkadaşlarımdan destek isterim.					
11. İş yaptığımız diğer firmalarla yasal sözleşme yapmadan ve hukuki prosedürleri takip etmeden mal veya hizmet veririm					
12. Aşağıdakiler unsurlar güven derecenizi belirtiniz.					
a.) Politikaya güvenirim					
b.) TBMM'ye güvenirim					
c.)Emniyet Teşkilatına güvenirim					
d.)Adalet Sistemine güvenirim					
e.)Devlet Kurumlarına güvenirim					
f.)STK'lara güvenirim					
g.)Üniversitelere güvenirim					
h.)Görsel Medya güvenirim					
I.)Sosyal Medya güvenirim					

13. Herhangi bir gruba gönüllü olarak katılıyor musunuz?

Evet () Hayır ()

14. Üyesi olduğunuz Ticaret ve Sanayi Odası hariç aşağıdaki dernek veya gruplardan, STK'lardan hangilerine üyesiniz? (Hiçbirine üye değilseniz 22. soruya geçiniz.)

- Spor küpleri Evet () Hayır ()
- Ortak inanç ve değerleri benimseyen kuruluşlara Evet () Hayır ()
- Ticari faaliyet destekleyen kurum ve kuruluşlara Evet () Hayır ()
- Bilim, Sanat ve Kültür derneklerine Evet () Hayır ()
- Hiç birine üye değilim Evet ()

15. Bu kuruluş ve derneklerde ne kadar aktifsiniz?

Evet () Hayır ()

16. Son üç yıl içinde üyesi olduğunuz veya olmadığınız herhangi bir çalışma grubunda ya da projenin içinde yer aldınız mı?

Evet () Hayır ()

17. Üyesi olduğunuz derneklerde, üyeler benzer sosyo-ekonomik yapıya sahip mi?

Evet () Hayır ()

18. Üyesi olduğunuz derneklerde, dernek üyeleri çoğunlukla aynı inanca sahip mi?

Evet () Hayır ()

19. Üyesi olduğunuz derneklerde, dernek üyeleri aynı politik görüşümü benimsiyor mu?

Evet () Hayır ()

20. Çok kültürlü bir yapı olması yaşadığım çevreyi daha iyi hale getireceğini düşünürüm.

Evet () Hayır ()

21. Farklı yaşam biçimleri olan insanlarla bir arada yaşamak beni mutlu eder?

Evet () Hayır ()

22. Doğrudan size faydası olamasa bile çevrenizdeki pek çok insana faydası olacak bir proje için zaman ya da paranızı harcadınız mı?

Evet () Hayır ()

23. Firmamızı kendisiyle aynı amacı taşıyan başka grup ya da kuruluşlarla faaliyette bulunur mu?

Evet () Hayır ()

Bağlayıcı, Köprü Kuran ve Birleştiren Sosyal Sermaye Ölçeği	Çok Az	Az	Bazen / Orta	Sık	Çok Sık
24. Yakın arkadaşlarımla çok sık buluşurum.					
25. Hafta sonun dışarıda başka insanlarla sıklıkla yemek yerim.					
26. İş yerimdeki meslektaşlarımla sıklıkla bir etkinlik yaparım.					
27. İşletmemizde ki çalışanlarımızın çoğu akraba ya da tanıdıklardan oluşur.					
28. Üyesi olduğum bir kulüp veya derneklerdeki üyelerle zaman geçiririm.					
29. Çevremdeki tanıdığım insanlar benden çok farklı çeşitlilikte yaş grupları vardır.					
30. Çevremdeki tanıdığım insanlar benden çok farklı yaşam stiline sahiptirler.					
31. Çevremdeki tanıdığım insanlar benden çok farklı uyruktandır.					
32. Çevremdeki tanıdığım insanların benim izlediğimden daha farklı televizyon programları izlerler.					
33. Çevremdeki tanıdığım insanların benim dinlediğimden daha farklı müzik dinlerler.					
34. Çevremdeki tanıdığım insanlar benim önemseydiğimden daha farklı yazarlara önem verirler					
35. Çevremdeki tanıdığım insanlar benim okuduğumdan daha farklı gazete ve dergi okurlar.					
36. Çevremdeki tanıdığım insanlar benden çok farklı sosyo-ekonomik statüye sahiptirler.					
37. Bu farklılıklar sorunlara yol açıyor.					
38. Bu farklılıklar çatışmalara neden olur.					
39. Firmanız TÜBİTAK gibi kurum veya kuruluşlarla ortak bir çalışma yapar.					
40. Firmanız üniversitelerle birlikte herhangi bir konu hakkında destek alma ya da ortak bir çalışma yürütme konusunda sıklıkla faaliyetlerde bulunur.					
41. Firmamızı kendisiyle farklı amacı taşıyan başka grup ya da kuruluşlarla faaliyette bulunur.					
42. Firmamız devletten ya da başka kurumlardan sıklıkla destek alır.					
43. Devlet destekli hizmetlerin planlanması, işletilmesi ve sürdürülmesinde firmamız sıklıkla faaliyette bulunur.					
44. Firmamız çeşitli hükümet gelişim planlama süreçlerinden sıklıkla katılır.					
45. Son bir yılda içerisinde toplum yararına bir konu hakkında kamu kurumlarına ya da politik liderlerle görüşme veya yazışmalar yaptım.					

Yapısal ve Bilişsel Sosyal Sermaye Ölçeği	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
46. Firmamızda bilgilerimizi diğerleriyle paylaşabileceğimiz iletişim kanalları mevcuttur.					
47. Firmamızda iletişim kanalları farklı birim ve kişilerde mevcut olan bilgilerin dağıtılmasına olanak sağlamaktadır.					
48. Firmamızda iletişim sistemi farklı birim ve kişilerden gelen bilgilerin diğer kişilere zamanında iletilmesine olanak sağlar.					
50. Firmamızdaki iletişim ağı, iletişim ağı içinde bulunan kişilere bilgilerini paylaşma ve dağıtma olanaklarından haberdar olma fırsatı sağlar.					
51. Firmamızda iletişim kanalı yoğun miktarda bilgi ve çok sayıda bilgi paylaşımını gerçekleştirecek kişi ve birime sahiptir.					
52. Firmamızda birbirimizi anlamamızı ve iletişime geçmemizi kolaylaştıracak ortak terimler, ifadeler ve sözlerden oluşan bir dil kullanırız.					
53. Firmamızda kullandığımız ortak dil sahip olunan ve paylaşılan bilgileri elde etmede, yorumlamada ve anlamada etkinlik sağlar.					
54. Firmamızda kullandığımız ortak dil, mevcut bilgilerden yeni bilgiler elde edilmesinde kolaylık sağlar.					
55. Firmamızda iletişim kanalları başkalarının sahip olduğu bilgilere erişimime olanak sağlamaktadır					
56. Firmamızda iletişim kanalları farklı birim ve kişilerde mevcut olan bilgilerin dağıtılmasına olanak sağlamaktadır					
57. Firmamızda iletişim kanalı, bilgisini paylaşmak isteyen kişi ve birimlerin kolayca iletişime ağına katılmasına olanak sağlar					
58. Firmamızda örgütsel anlayış, farklı bireysel ve kültürel değerlere dayalı iletişim ve ilişkilerin oluşmasına olanak sağlamaktadır					
59. Firmamızda anlatılan başarı hikâyeleri; bireyler ve birimler için bilgi ve değerlerin yaratılmasında, paylaşılmasında ve saklanmasında yol gösterici olur					