

Sosyal Medya Kullanılarak Edinilen Sosyal Sermayenin Ölçümü ve İnternet Kullanım Sıklığının Aracılık Rolü

Hale ALAN*

Özet

Sosyal sermaye kuramı son yıllarda disiplinler arası çalışmalarda kapsamlı olarak araştırılmaktadır. Sosyal sermayeyi ölçme amacıyla geliştirilmiş ve yaygın olarak kullanılan birçok ölçek bulunmaktadır. Bu çalışmada Williams (2006) tarafından geliştirilen internet sosyal sermaye ölçeği (Internet Social Capital Scales) sosyal medya kullanılarak elde edilen sosyal sermayeyi ölçmek için kullanılmıştır. Bu ölçeğin tercih edilme nedeni ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik bakımından doğrulanmış olması ve sosyal medya kullanımıyla edinilen sosyal sermayeyi ölçmek için uygun olmasıdır. Bunun yanı sıra çalışmada sosyal medya kullanımı ve internet kullanım sıklığı ölçekleri de kullanılmış olup, 300 katılımcıya uygulanan anket sonucunda sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinilebileceği ve internet kullanımı sıklığına bağlı olarak sosyal sermaye ediniminin artış göstereceği sonucuna varılmıştır. Çalışma bulgularına göre daha kapsamlı ve anlamlı sonuçlar için farklı değişkenlerinde yer aldığı araştırmaların yapılmasına devam edilmesi gereği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Sermaye, Bağlayan Sosyal Sermaye, Köprüleyen Sosyal Sermaye

The Measurement of Social Capital By Using Social Media and The Mediator Role of Internet Usage

Abstract

The social capital theory has been extensively studied in interdisciplinary studies in recent years. There are several scales developed and widely used for measuring social capital. In this study, Internet Social Capital Scales, developed by Williams (2006), was used to measure the social capital obtained using social media. The reason for choosing this scale is that the scale has validity and reliability and is suitable for measuring social capital acquired through the use of social media. Besides, social media usage and internet usage scales were also used in this research. As a result of the survey applied to 300 participants, it was concluded that social capital could be obtained through the use of social media and the social capital acquisition would increase depending on the frequency of internet usage. According to the findings of the study, it has emerged that researches containing different variables should be continued for more comprehensive and meaningful results.

Keywords: Social Media, Social Capital, Bonding Social Capital, Bridging Social Capital

Giriş

Günümüzde internet teknolojilerinin gelişimi ile insanlar arasında iletişim, haberleşme, bilgi akışı kolay ve hızlı bir hale gelmiştir. İnsanlar arasında bilgisayar ya da cep telefonu ile internet üzerinden kurulan çevrimiçi kurulan ilişkiler yüze ilişkilerin yerini almıştır. Dijital teknolojilerin çok hızlı bir şekilde hayatımızda yer almalarıyla birlikte diğer insanlarla iletişim ve bağlantı kurma, öğrenme, çalışma ve boş vakit geçirme alışkanlıklarımız da oldukça değişmiştir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, halealan@akdeniz.edu.tr

Bu bağlamda, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin hayatımızdaki rolü yadsınamaz boyuta gelmiştir.

Sosyal sermaye ve sosyal ağ ilişkileri kuramları ile sosyal medya kavramı ilişkisine odaklanan çalışmalar henüz başlangıç aşamasındadır. Günümüzde sosyal medya kullanımı bireysel ve toplumsal açıdan engellenemez ve göz ardı edilemez bir hal almıştır. Artık sosyal sermaye edinimini ve sosyal ağ özelliklerini tespit etmenin en önemli ölçütlerinden birisi de sosyal medya kullanımınıdır. Sosyal medya gibi yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla birlikte insanların hem bireysel hem de toplumsal olarak daha fazla birbirine bağlandıkları ve işbirliğine yöneldikleri vurgulanmaktadır (Valenzuela vd., 2009:879). Sosyal medyayı en çok kullanan gruplar arasında yer alan öğrenciler üzerinde yapılmış ve Facebook kullanım yoğunluğunun öğrenciler üzerine olumlu yöndeki etkilerini ortaya çıkartmış çalışmaların sayısı da gün geçtikçe artmaktadır (Valenzuela vd., 2009:880).

Sosyal sermaye statü kazanımından psikolojik iyi oluşa kadar insan davranışlarının tüm sosyal unsurlarına ışık tuttuğundan dolayı sosyal sermaye, sosyal medyanın toplum üzerindeki etkileri hakkındaki tartışmalarında da önemli bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki etkileri sosyal medyanın sosyal sermayeyi güçlendirici, tamamlayıcı ya da azaltıcı rolü bağlamında yapılan çalışmalar her geçen gün artmaktadır. Bununla birlikte sosyal ayrımcılık ve insanların kendine yabancılaşma korkuları sürekli olarak yeni teknolojilerin ortaya çıkması ve sosyal medya ile ilişkilendirilmiştir.

Putnam (2000:18) internet teknolojileri ile çevrimiçi etkileşimde bulunan sosyal medya platformlarının sosyal sermayeyi köprüleyen ve birleştiren türünü inceleyerek sosyal medya kanallarının sosyal sermayeyi geliştirmediğini belirtmiştir. Sosyal sermaye kuramı üzerine kapsamlı tartışmalar yapan sosyal sermayenin, yeni bilgi ve iletişim teknolojilerini çeşitli yollarla (cep telefonu ve sosyal paylaşım hizmetleri de dâhil olmak üzere) kullanımına sevk eden ve sosyal medya kullanımının bir nedeni veya sonucu olduğunu ifade etmiştir (Putnam, 2000:35). Son yıllarda, internet teknolojileri ve sosyal medya kullanımı ile edinilen sosyal sermayenin ölçülmesiyle ilgili fikir ayrılıkları ortaya çıkmıştır. Bu ayrılıklar birçok sosyal sermaye ve sosyal medya çalışmalarının geçerliliği hakkında önemli sorunları gündeme getirmektedir. Sosyal sermayenin ölçüm sorunu güncelliğini ve önemini sürdürürken sosyal medya kullanarak edinilen sosyal sermayenin nasıl ölçüleceği halen merak konusudur. Bu çalışmada sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinimi arasındaki ilişkiler ve internet kullanım sıklığının bu ilişkideki aracı rolü öne sürülen beş hipotez ile ortaya çıkartılması amaçlanmıştır.

1. Yazın Taraması

1.1. Sosyal Sermaye

Sosyal sermayenin geniş ve kapsamlı bir çalışma alanına sahip olması kavramsal, kuramsal ve işlevsel belirsizlikleri beraberinde getirmiştir. Her disiplin sosyal sermayenin belirli bir yönüne odaklanmakta olup, disiplinler arasında sınırlı bir etkileşim bulunmaktadır. Bu nedenle sosyal ağ kuramcıları sosyal sermayeyi uygulamada sosyal ağlarla eşit olduğunu (Glanville ve Bienenstock, 2009), diğerleri sosyal sermayenin güven, normlar ve kaynakları kapsadığını (Coleman,

1990:334; Putnam, 2000:296; Halpern, 2005; Lin, 2001; Bourdieu, 1980) savunmaktadır. Ayrıca, sosyal sermayenin bir neden ya da sonuç mu olduğu yani sosyal sermaye sosyal ağların sebebi midir? yoksa sosyal sermaye, bu sosyal ağların sonucu mudur? hususunda (Williams, 2006:1) devam etmekte olan tartışmalar vardır. Sosyal sermaye bilinçli ya da bilinçsiz, bireysel ya da kolektif sosyal ilişkilerin kurulmasını amaçlayan kısa ya da uzun vadede doğrudan kullanılabilir sosyal ve stratejik yatırımların sonucudur denilebilir. Bu sosyal kurum, üyeleri arasında karşılıklı bilgi ve tanınırlık sağlayan sembolik ve maddi değişimler üretir, böylelikle ortak bir kimliğe ve grup homojenliğine yönlendirir.

Sosyal sermayenin giderek artan öneminin nedenleri yazında sıkça dile getirilmektedir. Bu artışın nedenlerinden ilki, sosyal sermaye, diğerleri arasında sosyal destek, dayanışma, sosyal uyum, topluluklaşma gibi diğer önemli sosyolojik kavramlarla yakından ilişkili bir kavramdır. Bourdieu'nun (1980:2) da belirttiği gibi sosyal sermaye kendisini sosyal etkileri belirleyen tek araç olarak benimsemekte bu da ona geniş bir uygulama alanı sunmaktadır. Diğer bir neden sosyal sermayenin disiplinler arası bir kavram oluşu ve artık günümüzde bu tür çalışmaların öneminin farkına varılmasıdır. Her bir disiplin bu kavramı yeniden kendine göre tanımlamaktadır. Bir diğer neden ise, Dünya Bankası ve OECD gibi kurumlar ve hükümetlerin, bu kavramdan faydalanarak kavramın politika yapımcılar arasında bir ölçüde meşruiyet kazanmasını sağlamasıdır. Sosyal sermaye insan bağlantılarına ve kaynaklarına bütünsel bir yaklaşıma dayandığından, sosyal ilişkilerin mikro, mezo ve makro düzeylerini incelemek için uygulanabilir (Field, 2008). Son olarak bu kavram her zaman iş almak veya daha iyi işler almak, daha iyi başa çıkma stratejileri ve engellerin azaltılması, daha iyi kamu sağlığı, daha düşük suç oranları, daha etkin finansal piyasalar, sosyal bütünleşme, ortak kaynakların daha iyi yönetimi ve yoksulluğun azaltılması gibi olumlu sonuçlarla ilişkilendirilmiştir.

Putnam (2000:288) sosyal sermayeyi toplu problemlerin daha kolay çözümlenmesini sağlaması, toplulukların etkin bir şekilde ilerlemelerine olanak tanınması ve insanları sosyal ve duygusal destek yoluyla iyileştirmesi nedeniyle önemli olduğunu vurgular. Hatta yüksek sosyal sermaye seviyesine sahip insanların travmalarla ve hastalıklarla daha iyi baş ettiklerini vurgulamıştır. Sosyal sermayenin iletişim ile ilişkisine ilk kez değinen Putnam, telefon örneğini kullanarak kişisel iletişimin güçlendirilmesini sağladığını vurgulamıştır. Telefon uzaktaki arkadaşları ve akrabaları yakın mesafeye getirmekte ve daha uzaktaki bağlardan daha fazla fayda sağlamaya imkân vermektedir. İnternetin sosyal sermayenin azalmasına neden olduğu veya bir sıkıntı ya da bir sorun olarak görüldüğü söylenemez. Bu durumun sosyal etkilerini değerlendirmek için henüz yeterince araştırma ve çalışma yapılmadığı için bunu söylemek için henüz çok erken olabilir. Şu ana kadar ki yazın incelendiğinde sosyal sermayenin çok farklı tanımlara sahip olduğu ve farklı bileşenlerden oluştuğu görülmektedir. Bu çalışma kapsamında sosyal sermayenin bağlayan ve köprüleyen boyutlarının önemi vurgulanmıştır.

1.2. Bağlayan ve Köprüleyen Sosyal Sermaye

Bazı ağlar ve bazı etkileşimler diğerlerinden niteliksel olarak farklıdır, yani sosyal sermayenin farklı türlerinin ve düzeylerinin ortaya çıkacağı anlamına

gelmektedir. Sosyal medya kullanımının sosyal sermaye üzerindeki etkisi hakkındaki görüşler, hem veri azlığı hem de ortak bir ölçek eksikliği nedeniyle devamlı değişmektedir. Araştırmacılar medya açısından sosyal sermaye kavramını farklı şekillerde kullanmıştır. Sosyal medya bağlamında sosyal sermaye üreten ağları genişletmeye ve güçlendirmeye yardım eden ağ biçimi olarak döngüsel bir süreç olması genel olarak kullanılan tanımıdır (Resnick, 2001:4).

Putnam sosyal sermayeyi “Yalnız Başına Bowling Oynamak” (Bowling Alone (2000)) adlı kitabında 2. Dünya Savaşı sonrası Amerika Birleşik Devletleri’ndeki sosyal sermaye seviyelerinde genel bir düşüş tespit etmiş ve yüksek sosyal sermaye seviyeleri ile düşük suç oranları, yüksek ekonomik kalkınma ve eğitimden alınan daha iyi sonuçlar gibi birtakım arzu edilen toplumsal şartlar arasında anlamlı ilişkiler bulmuştur. Putnam daha sonraki çalışmalarında (2002), sosyal sermayenin farklı ağlar arasında köprü oluşturup köprüleyen (bridging) ve benzer bireyleri bağlayan (bonding) tipleri arasındaki farkı vurgulamış ve heterojen aktörleri birbirlerine birleştirici güven ağları kurmanın olumlu toplumsal sonuçlar elde edilmesinde daha etkili olduğunu öne sürmüştür. Putnam’ın (2000) bağlayan ve köprüleyen sosyal sermaye sınıflandırmasında, köprüleyen sosyal sermayenin farklı geçmişlerden gelen kişiler sosyal paylaşım ağları arasında bağlantı kurduklarında ortaya çıkmaktadır. Bu bireyler çoğu zaman zayıf ilişkilere sahiptir. Köprüleyen sosyal sermaye sosyal ufukları veya dünya görüşlerini genişletebilir veya bilgi veya yeni kaynaklar için fırsatlar yaratabilir. Bununla birlikte, duygusal destek yönünden çok az katkı sağlar. Buna karşılık, bağlayan sosyal sermaye özeldir. Aileler ve yakın arkadaşlar gibi güçlü bağlarla bağlı kişilerin birbirlerine duygusal ya da maddi destek sağlaması durumunda ortaya çıkar. Bu kişiler genellikle arka planlarında çok az çeşitlilik gösterir, ancak daha güçlü kişisel bağlantılara sahiptir. Toplumsal sermayeyi bağdaştırmada devam eden karşılıklı güçlü duygusal ve maddi destek sağlamaktadır.

Bağlayan sosyal sermayenin aile ya da yakın arkadaşlar gibi homojen ve yakın gruplarla ilgili oluşu, bireyin güçlü bağları veya yoğun ağlarda bulunan kaynaklarla ilişkilendirilir. Güçlü bağlar, bir kişinin hayatında önemli olarak algılanan olma eğilimindedir: onlar, güven ve birincil kişisel etkileşim, destek ve yardım kaynağı olarak görülmektedir. Dolayısıyla, sosyal sermayenin bağlanması, sosyal kimlik açısından benzer bir ağın üyeleri arasındaki güven ve işbirlikçi ilişkilere işaret etmektedir. Güçlü bağlar, aile üyeleri ve yakın arkadaşlar gibi bir bireye yakın insanlardan oluşmaktadır. Bu bakımdan, bağlayan sosyal sermayeyi ölçmek için yakın ve güçlü ilişkileri ölçmek zorundayız.

Zayıf bağlar olarak bilinen sadece tanıdıklık ve samimi olmayan ilişkiler olarak ifade edilen ve heterojen gruplarla bağ, ilişki ve temasların tümünden oluşan köprüleyen sosyal sermaye boyutu Mark Granovetter’in (1973) zayıf bağların önemini kanıtladığı “Zayıf Bağların Gücü” çalışmasına kadar faydasız hatta zarar verici olarak değerlendirildiği söylenebilir. Bu çalışmasında Mark Granovetter zayıf bağ ve ilişkiler kullanılarak yeni bir iş bulunabildiğini ve zayıf bağların önemini kanıtlamıştır. Granovetter, araştırmasında yeni iş arayanlara ne kadar sıklıkla bu kişiyi gördüklerini sormuş ve önemli sayıda vakada, kişi çok yakın olmayan, eski bir kolej arkadaşı ya da eski bir çalışma arkadaşı gibi sadece düzensiz ve rastgele bir şekilde iletişim halindeki tanıdıkları aracılığıyla iş bulduklarını belirtmiştir. Bu nedenle, iş bulmak için zayıf bağlar yakın ilişkilerden

daha verimli olmaktadır. Çünkü tanıdıkların, bireyin yakın ağlarının eriştiği bilgilere göre farklılık gösteren bilgilere ve kaynaklara erişimi vardır (Granovetter, 1973:1360-1361). Benzer şekilde, zayıf bağlarla daha fazla insana ulaşılabilir. Granovetter'in makalesi, bu alan için önemli sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Birincisi, daha az zayıf bağları olan bireylerin, sosyal sistemin uzaktaki kısımlarından, yakın sosyal ağlarının bilgileri ve görüşleri ile sınırlı olmaktan yoksun bırakılacağını göstermiştir. Bu açık, onları işgücü piyasasında dezavantajlı konuma getirebilir. İkincisi, sosyal aktörlerin bireysel deneyimlerinin sosyal yapının daha geniş ölçekli yönleriyle yakından bağlantılı olduğunu belirten mikro ve makro düzeylerini birleştirmiştir (Granovetter, 1973). Böylelikle, zayıf bağların önemli olduğu öne sürülmüştür, çünkü köprüleyen sosyal sermaye olma olasılıkları, sayılarından daha büyük (ve güçlü bağlarıkinden daha az) beklenebilir. (Granovetter, 1973:1365). Granovetter'in bulguları yakın tarihli çalışmalarla desteklenmiştir (Brown ve Alison, 2001; Levin ve Rob, 2004). Sosyal sermayeyi köprülemek temel olarak zayıf bağlara dayanır: güçlü bağlara göre daha fazla köprü görevi gören bağlar güçlü bağlarla kıyaslandığında daha düşük düzeyde olan bağlardır. Bu bağların bilgi gibi farklı kaynaklara erişimi vardır. Sosyal sermayeyi köprü kurarak edinmek, bireylerin yakın sosyal ağda bulunmayan veya mevcut olmayan, kaynak elde etmek için yararlı olan, yani araçsal eylemler için erişilebilir olan kaynaklara erişmesini sağlamaktadır (Lin, 2001:151).

1.3. Sosyal Sermayenin Ölçüm Sorunu

Sosyal sermayenin nasıl ölçüleceği hakkında birçok farklı sorun olduğu konusunda çok sayıda tartışma vardır. Bunlardan en önemlisi, sosyal sermayenin geniş alanına giren farklı düzeylerde rol oynayan çok sayıda ilgili kuramın nasıl düzenleneceğidir. Bireyin sosyal sermayesi ne kadar fazla olursa o kadar amaçlarına ulaşmak için şansı yüksektir (Chen vd., 2015:680). Sosyal sermayenin kavramlaştırılması ve işlevselleştirilmesi kadar ölçüm hususu da tartışılmaktadır (Agampodi vd., 2015; Hällsten vd., 2015; Sabatini, 2009) Sosyal sermayenin ölçümü günümüzde metodolojik belirsizlik yaşamaktadır (Neves, 2013:600). Sosyal bilim çalışmaları, sosyal sermayeyi nasıl ölçmek gerektiği konusundaki görüş birliğinin olmaması nedeniyle eleştirilmektedirler (Murphy, 2013; Ferri vd., 2009). Yapıya hitap eden uygun ölçeklerin eksikliği, sosyal sermayenin doğasını, değerini ve etkisini anlamayı engellemektedir. Bu nedenle, araştırmacıların, araştırmalarının doğasını, bağlamını ve amacını (Veerle vd., 2012) bilerek ölçüm yöntemini kullanmadan önce her önlemin avantaj ve dezavantajlarını dikkatlice tartmaları gerekir. Lin ve Erickson (2008:255) sosyal sermayenin gelişmesinde bir araç olabilmesi için gerçek doğasını temsil edecek uygun ölçeklerin ve araştırma modellerinin oluşturulmasına ihtiyaç olduğunu savunmuştur. Ancak, kavramın çok boyutluluğu ve sürekli değişen doğası, (tüm düzeyler ve bağlamlar üzerinde) doğru ve tekdüzen ölçeklerin olması gereğini doğurmuştur.

Sosyal sermaye araştırmalarını geliştirmek için, birçok kuramcı, sosyal sermayenin ölçülmesinde, gelişmiş ülkelerden (Agampodi ve diğerleri, 2015) çoğunun grup ve bireysel düzeyde (Veerle vd., 2012) ölçekleri doğruladığını savunmuştur. Her ne kadar en iyi ölçüm yöntemi üzerinde fikir birliğine varılmış olmasa da, hangi ölçümün en iyi olduğu konusunda kapsamlı ve uzun bir liste ortaya çıkmıştır. Sosyal sermayenin ne olduğu veya ne demek olduğu konusunda epistemolojik şüpheler kuramın ilk ortaya çıktığı zamanlardan itibaren

bulunmaktadır. Aşağıda sunulan Tablo 1’de şu ana kadar yapılmış olan sosyal sermaye ölçekleri belirtilmiştir.

Tablo 1: Sosyal Sermaye Ölçekleri

No	Araştırmacılar ve Yıl	Ölçek
1	Chen ve arkadaşları, 2015	Sosyal sermaye yatırım ölçeği
2	Story, Taleb, Ahasan ve Ali, 2015	Uyarlanmış sosyal sermaye değerlendirme anketinin kısa hali
3	Muskett, 2014	WRSCI (Williams Religious Social Capital Index)
4	Weng, Chen, Gong ve Jacques-Tiura, 2014	Kişisel sosyal sermaye ölçeği 16 ve kişisel sosyal sermaye ölçeği 8 maddelik
5	Thuy ve Berry, 2013	Avustralya topluluk katılım anketi
6	Friche ve arkadaşları, 2013	Komşuluk ölçeği
7	Carr, Cole, Ring ve Blettner, 2011	Aile şirketlerinde içsel sosyal sermaye ölçeği
8	Borges, Campos, Vargas, Ferreira ve Kawachi, 2010	Bütünleşik sosyal sermaye ölçeği
9	Zimet, Dahlem, Zimet ve Farley, 1988	Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği
10	Moscardino ve arkadaşları, 2010	Topluluk duygusu indeksi
11	Modie-Moroka, 2009; Borges ve arkadaşları, 2010	Algılanan sosyal sermaye ölçeği
12	Looman ve Farrag, 2009	Arap sosyal sermaye ölçeği
13	Chen ve diğerleri, 2009	Kişisel sosyal sermaye ölçeği
14	Mattoo ve diğerleri, 2008	Sosyal destek anketi
15	De silva ve Harpham, 2007; De silva ve arkadaşları, 2006	SASCAT (Shortened and adapted Social Capital Assessment Tool)
16	Williams, 2006	İnternet sosyal medya sermayesi ölçeği
17	Inclan, C. Hjar, M. Tovar, V. 2005; Krishna ve Shrader, 2000	Sosyal sermaye değerlendirme aracı
18	Harpham, Grant ve Thomas, 2002	Uyarlanmış sosyal sermaye değerlendirme aracı
19	Grootaert, Narayan, Jones ve Woolcock, 2003	Bütünleşik sosyal sermaye ölçme anketi
20	Narayan ve Cassidy, 2001	Sosyal sermaye envanteri
21	Webber ve Huxley, 2007; Van Der Gaag ve Snijders, 2005	Kaynak jeneratörü (resource generator)

22	Van Der Gaag ve Webber, 2008; Lin ve Fu, 2001; Lin ve Dumin	Pozisyon jeneratörü (position generator)
23	Mc Callister ve Fischer, 1978	İsim jeneratörü (name generator)

Kaynak: Salisu ve Hashim, 2017:35

Bireysel düzeyde sosyal sermayenin kavramsallaştırılmasından çok işlevselleştirilmesinin ölçümü karmaşık bir sorun olarak görülmektedir. Heterojen kaynaklardan edinilen sosyal sermayenin ölçümü daha zordur. Sosyal sermayenin doğası heterojen kaynaklardır. Sermayenin heterojen doğasının bir sonucu olarak, onun ölçümü ekonomik düşünce tarihinde birçok tartışmanın da kaynağı olmuştur (Hennings, 1987:345).

Sosyal sermayeyi ölçmek için pek çok araştırmacı tarafından yapılan çalışmalarda tek bir boyut incelenmiştir (Borgatti, 1998). Sosyal sermayenin çeşitli unsurları kuramsal düzeyde (değişikler, kaynaklar, ilişkiler, normlar ve güven ölçüleri) yapıldığı için tek boyutta yapılan araştırmaların gerçeği yansıtmaması, çok boyutlu ölçümler yapılması gereğini gündeme getirmiştir. Tek bir anketin sosyal sermaye göstergesi olması genellikle düşük güvenilirlik ve geçerlilik gibi ciddi sorunlara neden olabilmektedir (Glass, Mendes, Seeman ve Berkman, 1997:1510). Bu nedenle bu çalışmada sosyal sermayenin ölçüm sorunu göz önünde bulundurularak sosyal medya kullanımının etkileri ve sosyal sermaye edinimi ilişkisini doğru ve gerçeğe yakın olarak ortaya çıkartabilecek bir araştırma modeli öne sürülmüştür.

1.4. Sosyal Medya Kullanılarak Sosyal Sermaye Edinimi

Sosyal medyanın çok fazla kullanılmasının başlıca nedenlerine bakıldığında sosyal medya kullanıcılarının diğer insanlarla istedikleri zaman ve istedikleri yerde iletişime geçme kolaylığını sağlaması ve sosyal medyayı insan ilişkilerini kolaylaştırıcı ve geliştirici olarak görülmesi gösterilebilir. Sosyal medya ortamlarından elde edinilen sosyal sermayenin göreceli olarak yeni bir araştırma konusu olduğu söylenebilir. Konuyla ilgili araştırmalar sosyolojik alana daha uygun olabilir. Bu çeşit araştırmalarda araştırma birimi örgütler değildir fakat toplumdaki diğer grupları ilgilendiren sosyal ilişkiler, etkileşimler ve etkileşim için sebepler boş zaman faaliyetleri ve çalışma yaşamında aynı olmamasına rağmen, toplumun diğer bölgelerindeki araştırma bulgularının doğrudan kurumsal hayata uygulanıp uygulanamayacağı da kesin olmayabilir.

Genel olarak web ve mobil teknolojilerinin düşük maliyetli ve erişimin hızlı olması ve her yerde kullanabilir olması açısından sosyal sermayenin oluşumu, edinimi ve devamlılığına faydalı olduğu söylenebilir. Sosyal medya, coğrafi kısıtlamalar olmadan kişisel bağların geliştirilmesi, daha büyük, daha akışkan gruplar ve birbiriyle ilgisi olmayan, sınırlı ve seyrek bir ağa bağlı olan gruplara izin vererek sosyal sermayeyi artırmaktadır (Wellman, 2001:248). Yazında bulunan akademik dergilerden ve google akademik veri tabanlarından edinilen çalışmalarda bu iki terimin disiplinler arası alanlara ait olduğu sanılsa da Ellison ve diğerleri (2007) ile Johnston ve arkadaşlarının (2013) çalışmalarının ilk çalışmalar olduğu söylenebilir. Sosyal medyanın kişilerarası ilişkilerin doğasını nasıl etkilediğini ve sonuç olarak sosyal sermayenin etkilerini, yani insanların (çevrimiçi veya

çevrimdışı) sosyal ağlarından aldığı bilgi ve duygusal desteği nasıl etkilediği merak konusu olmuştur. Williams (2006) sosyal sermayenin ölçümü ile ilgili sistematik bir görüş açısı ile internet kullanımı ile elde edilen köprüleyen ve birleştiren sosyal sermayenin ölçümü için internet sosyal sermaye ölçme (ISCS) anketini geliştirmiştir. Son yıllarda hayatımızın bir parçası haline geldiği için yoğun etkileşim ve iletişimin içinde bulunan bireyin sosyal medya kullanımı ile edindiği sosyal sermaye düzeyi değişmektedir. Putnam'ın (2000:171) belirttiği gibi sosyal sermaye sadece ağlarla ilgilidir ve internet tüm ağ ilişkilerinin sonucudur. Bu bağlamda bu çalışmanın araştırma sorusu Putnam'ın da vurguladığı gibi, internet teknolojilerinin gelişimiyle hayatımızın parçası haline gelen sosyal medya kullanımı sosyal sermaye edinimini nasıl etkilemektedir olarak ifade edilmiştir.

2. Veri ve Yöntem

2.1. Araştırmanın Evreni ve Yöntemi

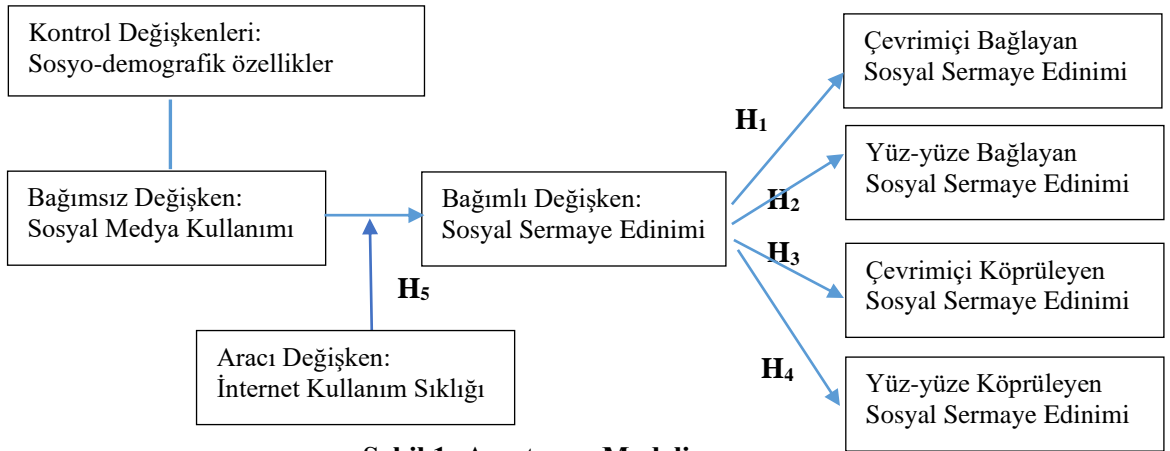
Klasik tanımlar sosyal sermayenin bireysel düzeyde mikro bağlamda ele alınması gerektiğini savunmaktadır (Bourdieu, 1986; Coleman, 1988). Sosyal sermaye genellikle bireysel düzeyde değerlendirilmesine rağmen sosyal sermayenin toplumun bir parçası olduğu ve makro bağlamda da değerlendirilmesi gereği göz önünde bulundurulmalıdır. Mikro düzeyde sosyal sermayenin makro düzeyde sosyal sermayeye katkı sağlaması gibi genel bir düşünce de bulunmaktadır, ancak makro düzeydeki sosyal sermaye mikro düzeyde edinilen sosyal sermayeyi belirlemektedir (Glanville ve Bienenstock, 2009:1508). Coleman'ın belirttiği gibi, sosyal sermayenin bireysel eylemler seviyesinde farklı çıktılarının değerlendirilmesinde hem bir yardım unsuru oluşturduğu hem de bunun sonucunda ortaya çıkan toplumsal yapının detaylandırmasında mikro-makro geçişleri yapmaya katkı sağladığı belirtilmektedir (Coleman, 1988:101). Bu nedenle, bu çalışma temel olarak mikro düzeyde yapılmakta olup, katılımcıların bireysel düzeyde sosyal medya kullanarak edindikleri (algılanan) sosyal sermayeleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bir devlet üniversitesinde çalışan 300 katılımcıdan anket aracılığıyla veri toplanmıştır. Williams (2006) tarafından bireylerin günlük yaşamlarında tercih ettikleri sosyal sermaye edinim biçimi olarak sosyal medya kullanımını ölçmek için geliştirilen sosyal sermaye ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek hem sanal ortamda hem de gerçek hayattaki sosyal sermaye edinimini ayrı ayrı ölçmek için tasarlanmıştır. Toplamda 40 maddeden ve dört boyuttan oluşan ve 5'li likert tipi kullanılarak oluşturulan ölçekte dikey ve yatay sosyal bağlar olarak adlandırılan bağlayan ve köprüleyen sosyal sermaye düzeyleri ölçülmüştür. Çalışmada katılımcıların internet kullanım sıklıklarını belirlemek amacıyla internet kullanmayanlar, az kullananlar (ayda bir veya daha az kullananlar), düzenli kullananlar (haftada üç dört gün veya daha az kullananlar) ve yoğun kullananlar (interneti günlük kullananlar) olarak dört kategori oluşturulmuştur ve katılımcıların kendilerine uygun olanı derecelendirerek seçmeleri istenmiştir. Sosyal medya kullanımı için yazından derlenerek oluşturulmuş (Otrar ve Argın, 2015; Şahin ve Yağcı, 2017) 20 maddeden oluşan sosyal medya kullanım ölçeği kullanılmıştır. Uzman görüşleri doğrultusunda bazı maddeler ölçekten çıkarılmış, bazı maddeler de tekrar kontrol edilmiştir. Bu anket ile sosyal sermaye düzeyi ile internet ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkilerin ortaya çıkartılması amaçlanmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel analizler (sayı, yüzde, ortalama ve

standart sapma), güvenilirlik analizleri, korelasyon ve regresyon analizleri SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programı güncel versiyonu kullanılarak analiz edilmiştir.

2.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli hiyerarşik regresyon analizi modeli olup, model Baron ve Kenny (1986) tarafından belirlenen ara değişken şartlarına göre analiz edilmiştir. Bu bakımdan bu çalışmada sosyal medya kullanılarak sosyal sermaye edinimi arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak ve sosyal sermayenin ölçümüne katkı sağlamak amaçlanmıştır. Williams (2006) tarafından geliştirilmiş ve geçerliliği ve güvenilirliği doğrulanmış olduğu için bu çalışmada kullanılması sorunun çözümüne fayda sağlayacağı düşünüldüğü için kullanılan ölçeğin Türkçe uyarlaması yapılmıştır. İki değişken belirlenmiştir. Birincisi, bağlayan sosyal sermaye, ikincisi ise köprüleyen sosyal sermayedir.

Bu çalışmada ortaya çıkan araştırma sorusu şudur: Putnam'ın vurguladığı gibi, iletişimin akışı yani internet teknolojilerinin gelişimiyle hayatımızın parçası olan sosyal medya kullanımı sosyal sermaye edinimi sağlamakta mıdır ya da sosyal sermayeye herhangi bir etkisi var mıdır? Bu anlatılanlar kapsamında bu çalışmada toplamda beş hipotez geliştirilmiştir. Yukarıda açıklanan literatür doğrultusunda, aşağıda Şekil 1'de gösterilen araştırma modeli oluşturulmuştur. Hipotezlere ilişkin önerilen araştırma modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Çalışmanın hipotezleri şu şekildedir;

H₁: Sosyal medya kullanımı ile çevrimiçi bağlayan sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Sosyal medya kullanımı ile yüz-yüze bağlayan sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Sosyal medya kullanımı ile çevrimiçi köprüleyen sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Sosyal medya kullanımı ile yüz-yüze köprüleyen sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinimi arasındaki ilişkide internet teknolojileri kullanım sıklığının aracı rolü vardır.

3. Bulgular ve Tartışma

3.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini göstermek amacıyla tanımlayıcı analizlerle başlanmıştır. Tablo 1'e göre katılımcıların 75'i (%25) 22-30 yaş arası, 30'u (%10) 31-40 yaş arası, 120'si (%40) 41-50 yaş arası, 75'i (%25) 51-60 yaş arası olarak dağılım göstermektedir. Katılımcıların cinsiyete göre 180'i (%60) kadın, 120'si (%40) erkektir. Katılımcıların medeni duruma göre 190'ı (%63) evli, 110'u (%37) bekâr olarak dağılmaktadır. Katılımcıların iş deneyimine göre 150'si (%50) 10 yıl ve altı, 60'ı (%20) 11-20 yıl, 30'u (%10) 21-30 yıl, 30'u (%10) 31-40 yıl, 30'u (%10) 41-50 yıl olarak belirlenmiştir. Katılımcıların unvana göre dağılımı 120'si (%40) akademik personel, 100'ü (%30) idari personel ve 80'i (%30) yardımcı personel olarak dağılmıştır. Örneklem dâhil edilen katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2: Sosyo-Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Tablolar	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
	22-30 yaş arası	75	25
Yaş	31-40 yaş arası	30	10
	41-50 yaş arası	120	40
	51-60 yaş arası	75	25
	Toplam	300	100
Cinsiyet	Kadın	180	60
	Erkek	120	40
	Toplam	300	100
Medeni Durum	Evli	190	63
	Bekâr	110	37
	Toplam	300	100
İş Deneyimi	10 yıl ve altı	150	50
	11-20 yıl	60	20
	21-30 yıl	30	10
	31-40 yıl	30	10
	41-50 yıl	30	10
	Toplam	300	100
Unvan	Akademik Personel	120	40

	İdari Personel	100	30
	Yardımcı Personel	80	30
	Toplam	300	100

3.2. Ölçeklere İlişkin Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçeklerin güvenilirlik analizi ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Çevrimiçi bağlayan sosyal sermaye güvenilirlik değeri (Cronbach's alpha) .880, (orijinal ölçeğin güvenilirlik değeri .884), yüz-yüze bağlayan sosyal sermaye güvenilirlik değeri (Cronbach's alpha) .860, (orijinal ölçeğin güvenilirlik değeri .890), çevrimiçi köprüleyen sosyal sermaye güvenilirlik değeri .900 (orijinal ölçeği güvenilirlik değeri .896) yüz-yüze köprüleyen sosyal sermaye güvenilirlik değeri .787 (orijinal ölçeği güvenilirlik değeri .856) olarak bulunmuş olup ölçeğin orijinal değerlerine yakın sonuçlar ortaya çıkmış olması nedeniyle ölçeğin Türkçe hali güvenilir bulunmuştur. Sosyal medya kullanım ölçeğinin güvenilirlik değeri .787 (Cronbach's alpha) ve internet kullanım sıklığı ölçeğinin güvenilirlik değeri ise .890 (Cronbach's alpha) olduğu görülmüştür.

Bu çalışma aynı zamanda bir anket uyarlama çalışması olup ilk kez anketin Türkçe uyarlaması yapılmıştır. Çalışmada sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye arasındaki ilişkinin ortaya çıkartılması hedeflenmiştir. Bu amaçla bir devlet üniversitesi bünyesinde görev yapan 307 katılımcıya ulaşılmıştır. Williams (2006) sosyal sermaye anketi geçerliği ve güvenilirliği doğrulanmış orijinal hali yazardan izin alınarak çeviri konusunda iki uzman hakemin kontrolünde İngilizceden Türkçeye çevrilmiştir. Çevirisi tamamlanan ölçek, farklı çevirmenlerce ölçeğin orijinal diline çevrilmiştir. Ölçeğin çevirisi yapıldıktan sonra geçerlilik ve güvenilirlik analizleri için Açıklayıcı Faktör Analizi ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ölçeğin Açıklayıcı Faktör Analizi kapsamında yapı geçerliliğine tabi tutulmuştur. Faktör Analizi kapsamında yapı geçerliliğini belirlemeye yönelik yapılan faktör analizi sonucunda hiçbir soru ifadesinin değerlerinin, Anti-Image Korelasyon Matrisinde "Measures of Sampling Adequacy" (MSA) 0,50'nin altında kalmadığı ve faktör analizine uygun olduğu görülmüştür. Ölçeğin tüm boyutlarının ortalamaları 3.1 ile 4.9 değerleri arasında ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Daha sonra ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Doğrulayıcı faktör analizi belirlenmiş bir modelin veri tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını test etmek ve genellikle gözlemlenen bazı değişkenlerin bir gizil değişkeni oluşturup oluşturmadığını ya da birçok gizil değişken arasında tanımlanan ilişkilerin var olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Açıklayıcı faktör analiziyle doğrulayıcı faktör analizi birbirinden farklıdır. Açıklayıcı faktör analizinde, değişkenler arasındaki ilişkilerden hareketle faktör bulmaya yönelik işlemler yapılırken; doğrulayıcı faktör analizinde, değişkenler arasındaki ilişki saptanan bir modelin ya da hipotezin test edilmesinde kullanılır. Açıklayıcı faktör analizi yeni bir ölçeğin yapı geçerliliğini test etmeye yönelik olarak ölçekte gözlenemeyen yapıların ortaya konulmasına yöneliktir. Doğrulayıcı faktör analizi ise, daha önce açıklanan ve daha az faktör altında birleşmiş ölçeklerin araştırma yapılan örneklemden benzer olup olmadığını test

etmek amaçlanmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ki kare değeri $X^2(186) = 379.906$, $p < 0.05$ den büyük olmasıdır. Örneklem büyüklüğünden dolayı genellikle anlamlı çıkan değerlerde bir sakınca olmadığı (Hair, Black, Babin ve Anderson 2010), böyle bir durumla karşılaşıldığında X^2 /sd 127 derecesine bakılarak değer üçten küçükse iyi uyum üç ile beş arasında bir değer kabul edilebilir bir uyum olduğu belirtilmektedir (Şimşek, 2007:86).

3.3. Korelasyon ve Regresyon Analizi ve Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırma modelinde geliştirilmiş hipotezlerin test edilmesi amacıyla korelasyon, regresyon ve aracılık analizleri yapılmıştır. Ankette hem çevrimiçi hem de yüz-yüze etkileşimler için olmak üzere toplam 40 (20+20) madde ile toplanan verilerden oluşan iki gruplu veri seti için iki faktör arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki olduğu ve köprüleyen ve bağlayan sosyal sermaye faktörlerinin analiz sonucunun güçlü iç tutarlılık gösterdiği görülmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkilerin tespit edilebilmesi amacıyla temel kullanım aracı olan Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Buna göre sosyal medya kullanımı, sosyal sermaye ölçeği ve internet kullanım sıklığı değişkenleri arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanımının çevrimiçi bağlayan sosyal sermaye edinimi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r=0,668$, $p < 0.05$); sosyal medya kullanımı ile yüz-yüze bağlayan sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r=0,350$, $p < 0.05$); sosyal medya kullanımı ile çevrimiçi köprüleyen sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r=0,218$, $p < 0.05$); sosyal medya kullanımı ile yüz-yüze köprüleyen sosyal sermaye edinimi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r=0,366$, $p < 0.05$) mevcuttur. Bu bulgular sonucunda H_1 , H_2 , H_3 ve H_4 kabul edilmiştir.

Sosyal medya kullanımı, sosyal sermaye ölçeği ve internet kullanım sıklığı ölçeklerinin her bir boyutunu bir arada değerlendirilerek, aralarındaki ilişki düzeyleri analiz edilmiştir. Bu amaçla yapılan güvenilirlik ve korelasyon analizlerinin sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3: Korelasyon ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Değişkenler	Çevrimiçi Bağlayan	Yüz-Yüze Bağlayan	Çevrimiçi Köprüleyen	Yüz-yüze Köprüleyen	Sosyal Medya Kullanımı	İnternet Kullanım Sıklığı
Çevrimiçi Bağlayan Sosyal Sermaye						
r	(0,880)	(0,860)	(0,900)	(0,827)	(0,787)	(0,890)
p	1,000	0,602**	0,418**	0,318**	0,668**	0,718**
	0,000	0,002	0,003	0,008	0,008	0,008
Yüz-yüze Bağlayan Sosyal Sermaye						
r						
p	0,602**	1,000	0,218**	0,470**	0,350**	0,600**
	0,008	0,000	0,008	0,008	0,008	0,002
Çevrimiçi Köprüleyen Sosyal						

Sermaye						
r	0,418**	0,308**	1,000	0,708**	0,218**	0,420**
p	0,008	0,008	0,000	0,008	0,008	0,005
Yüz-yüze Köprüleyen Sosyal Sermaye						
r	0,318**	0,470**	0,708**	1,000	0,366**	0,260**
p	0,008	0,008	0,008	0,000	0,003	0,008
Sosyal Medya Kullanımı						
r	0,668**	0,350**	0,218**	0,366**	1,000	0,118**
p	0,008	0,008	0,008	0,003	0,000	0,008
İnternet Kullanım Sıklığı						
r	0,718**	0,600**	0,420**	0,260**	0,118**	1,000
p	0,008	0,002	0,005	0,008	0,008	0,000

* <0,05; *Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

**<0,01

Parantez içindeki değerler Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayılarıdır. Hipotez testlerinde iki bağımsız veri seti ile hem korelasyon hem de doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. İstatistiksel analizler sonucunda sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinimi arasında güçlü bir ilişki olduğu ve bu ilişkinin yoğun internet kullanan katılımcılara bağlı olarak etkilendiği regresyon analizi sonucunda ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda istatistiksel analizlerde hem bağlayan hem de köprüleyen sosyal sermaye edinimini çevrimiçi ve yüz-yüze olmak üzere iki şekilde toplanan verilere bağımlı örneklem t-testi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda yüz-yüze bağlayan sosyal sermaye ediniminin çevrimiçi bağlayan sosyal sermaye ediniminden farklı olduğu, yüz-yüze köprüleyen sosyal sermaye edinimi ile çevrimiçi köprüleyen sosyal sermaye ediniminin farklı olduğu görülmüştür.

Çalışmanın altıncı hipotezi (H₅) olan aracılık rolü hipotezini test etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Baron ve Kenny'e göre bir değişkenin ara değişken olabilmesi için;

- Bağımsız değişkenin ara değişken üzerinde bir etkiye sahip olması,
- Bağımsız değişkenin bağımlı değişkende bir etkiye sahip olması,
- Ara değişkenin bağımlı değişken üzerinde bir etkiye sahip olması ve ara değişken modele eklendiğinde, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini kaybetmesi (tam ara değişken) veya etkisinde azalma olması (kısmi ara değişken) şartları aranır (Baron ve Kenny, 1986: 1176). Bağımsız değişken (sosyal medya kullanımı), bağımlı değişkene (sosyal sermaye) etkisi ve bu ilişki de aracı (internet kullanım sıklığı) ilişkiyi test etmek amaçlamıştır.

Tablo 4: Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Sermaye Edinimi Arasında İnternet Kullanım Sıklığının Aracılık Rolüne İlişkin Hiyerarşik Regresyon Modelleri

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	P	F	Model (p)	R ²
Sosyal Sermaye Edinimi (Genel) (Model 1)	Sabit	4,512	40,280	0,000	340,105	0,000	0,407
	Sosyal Medya Kullanımı	1,017	18,073	0,005			
Sosyal Medya Kullanımı (Model 2)	Sabit	3,609	33,637	0,000	144,110	0,000	0,470
	İnternet Kullanım Sıklığı	0,641	21,700	0,006			
Sosyal Sermaye Edinimi (Genel) (Model 3)	Sabit	1,183	7,185	0,000	347,396	0,000	0,410
	İnternet Kullanım Sıklığı	0,825	18,044	0,001			
Sosyal Sermaye Edinimi (Genel) (Model 4)	Sabit	4,736	17,484	0,000	364,647	0,000	0,565
	Sosyal Medya Kullanımı	1,607	12,700	0,002			
	İnternet Kullanım Sıklığı	0,487	6,370	0,000			

Aracı değişken, bağımsız değişkenle birlikte regresyon analizine dâhil edildiğinde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde regresyon katsayısı düşerken aracı değişkeninde bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkisi sürmelidir. Model 1’de sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinimi arasında neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=340,105; p=0,000<0.05). İnternet kullanım sıklığı düzeyinin belirleyicisi olarak sosyal medya kullanımı değişkenleri ile ilişkisinin (açıklayıcılık gücünün) çok güçlü olduğu görülmüştür (R²=0,407). Katılımcıların sosyal medya kullanımı düzeyi sosyal sermaye edinimi düzeyini artırmaktadır (β=1,017). Model 2’de sosyal medya kullanımı ile internet kullanımı arasında neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=144,110; p=0,000<0.05). Sosyal medya kullanımı düzeyinin belirleyicisi olarak internet kullanım sıklığı değişkenleri ile ilişkisinin (açıklayıcılık gücünün) güçlü olduğu görülmüştür (R²=0,4700). Katılımcıların internet kullanım sıklığı düzeyi sosyal medya kullanımı düzeyini artırmaktadır (β=0,641). Model 3’de sosyal sermaye edinimi ile internet kullanım sıklığı arasında neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=347,396; p=0,000<0.05). Sosyal sermaye edinimi düzeyinin belirleyicisi olarak internet kullanım sıklığı değişkenleri ile ilişkisinin (açıklayıcılık gücünün) çok güçlü olduğu görülmüştür (R²=0,410). Katılımcıların internet kullanım sıklığı düzeyi sosyal sermaye edinimi düzeyini arttırmaktadır (β=0,825). Model 4’te sosyal sermaye edinimi, sosyal medya kullanımı ile internet

kullanım sıklığı arasında neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=364,647$; $p=0,000<0.05$). Sosyal sermaye edinimi düzeyinin belirleyicisi olarak sosyal medya kullanımı, internet kullanım sıklığı değişkenleri ile ilişkisinin (açıklayıcılık gücünün) çok güçlü olduğu görülmüştür ($R^2=0,565$). Katılımcıların sosyal medya kullanımı düzeyi sosyal sermaye edinimi düzeyini arttırmaktadır ($\beta=1,607$). Katılımcıların internet kullanım sıklığı düzeyi sosyal sermaye edinimi düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,487$).

Aracılık testine sosyal medya kullanımının sosyal sermaye edinimi üzerinde etkisinde internet kullanım sıklığının aracılığını test etmek amacıyla yapılan üç aşamalı hiyerarşik regresyon analizi sonucunda H1, H2, H3 ve H4 hipotezleri doğrulandığı için aracılık testine ilişkin ilk iki aşama doğrulanmıştır. Son adımda aracılık rolüne ilişkin tamamlayıcı olarak Sobel testi uygulanmıştır. Bu sonuçlara ve ilgili sobel testi sonuçlarına göre; sosyal medya kullanımı ve aracılığı araştırılan internet kullanım sıklığı değeri ile birlikte analize sokulmasıyla R^2 artmış ($\Delta R^2= 0,565$) ve ilk aşamada var olan sosyal medya kullanımının sosyal sermaye edinimi üzerindeki etkisi ortadan kaybolmuştur ($\beta= 1,017$; $p<0,000 \rightarrow \beta= 1,607$; $p<0,000$). Bu bulgular, sosyal medya kullanımının sosyal sermaye edinimine etkisinde internet kullanım sıklığının tam aracılık rolünü göstermekte olup ve H5 kabul edilmiştir.

Sonuç

Sosyal sermaye olumlu olarak kullanılırsa birçok faydası bulunmaktadır. Sosyal sermaye yeni iş bulma, ekonomik kalkınma, gelişmişlik, eğitim düzeyinin artırılması ve daha düşük suç oranlarının olması gibi çeşitli sosyal sonuçlarla bağlantılı olmaktadır. Sosyal sermaye faydaları, bireyin diğer bireylerle iletişim halinde olmasıyla oluşan sosyal ağlara birçok yarar sağlarken bu faydalar paylaşılarak gerçekleştirilir.

Toplum içinde sosyal sermaye ne kadar düşükse, sosyal bozukluk, bireyler arasındaki güvensizlik ve düşük sivil katılımı ne kadar büyüktür (Helliwell ve Putnam, 2004). Bununla birlikte, bir topluluğun veya bir sosyal ağın içindeki sosyal sermayenin artması, üyelerin olumlu bir eyleme yönelik ortak bir taahhüdü ile birlikte gelir. Sosyal sermaye insanların etkileşimi üzerinde olumlu bir etki yaratır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). Bireyler için, daha büyük bir sosyal sermaye, bireyin daha becerikli olmasına ve bireyin ait olduğu bir sosyal ağ içindeki diğer üyelerden kaynak almasına izin verir. Bu kaynaklar kişisel ilişkiler, bilgi paylaşımı, grupların oluşması, kapasitesi veya iş olanakları bağlantıları biçiminde ortaya çıktığı söylenebilir.

Sosyal sermaye edinimi ile ilgili çalışmaların sonucu incelendiğinde kavramın disiplinler arası olması ve birçok kuramcı tarafından farklı tanımlanması nedeniyle bireysel düzeyde ölçüm sorunu olduğu söylenebilir. Bununla birlikte sosyal medya kanallarının kullanımı ile sosyal sermaye edinimi arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaya odaklı çalışmaların az olması henüz bir yazının oluşmamasına neden olduğu değerlendirilebilir. Bu çalışma ile hem çevrimiçi hem de yüz yüze ilişki ve iletişim ortamlarında bağlayan ve köprüleyen sosyal sermaye ediniminin ölçümü sağlanmış olup sosyal sermayenin ölçümü için güvenilir bir ölçek kullanılmıştır.

Sonuç olarak, sosyal medya kullanımı ile bağlayan sosyal sermaye edinimi arasında olumlu yönde ilişki olduğu, fakat köprüleyen sosyal sermaye ile sosyal medya kullanımı arasında ise negatif yönde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmanın odaklandığı araştırmanın temel sorusu olan sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye edinilebilir mi sorusuna cevap bulunmuş olup, bu çalışmanın sosyal sermayenin ölçüm sorununa ilişkin ileride yapılacak çalışmalara yol gösterici olarak katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Kaynakça

- Agampodi, T. C., Agampodi, S. B., Glozier, N., ve Siribaddana, S. (2015). Measurement of social capital in relation to health in Low and Middle Income Countries (LMIC); a systematic review. *Social Science and Medicine*. 128, 95-104.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinctionin Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173-1182.
- Borgatti, S. P. (1998). A SOcNET discussion on the origins of the term Social Capital. *Connections* 21:37-46.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research of the sociology of education* (s. 241-258). New York: Greenwood.
- Chen, X., Wang, P., Wegner, R., Gong, J., Fang, X., ve Kaljee, L. (2015). Measuring social capital investment: Scale development and examination of links to social capital and perceived stress. *Social indicators research*, 120(3), 669-687.
- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology Supplement*, 94:93-120.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., ve Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4).
- Ferri, P. J., Deakins, D., ve Whittam, G. (2009). The measurement of social capital in the entrepreneurial context. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 3(2), 138-151.
- Field, J. (2008). Sosyal sermaye (B. Bilgen ve B. Şen, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi
- Glanville, J., ve Bienenstock, E. (2009). A Typology for Understanding the Connections Among Different Forms of Social Capital. *American Behavioral Scientist* (52), 1507-1530.
- Glass, T.A., Mendes de Leon C.F., Seeman, T.E. ve Berkman, L.F. (1997) Beyond single indicators of social networks: a LISREL analysis of social ties among the elderly. *Social Science and Medicine*. 44:1503–1517.

- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C, Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*, 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hällsten, M., Edling, C., ve Rydgren, J. (2015). The effects of specific occupations in position generator measures of social capital. *Social Networks*, 40, 55-63.
- Halpern, D. (2005). *Social Capital*. Polity Press.
- Helliwell, J. F., ve Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society*, 22(3), 1435-1446.
- Hennings, K. H. (1987). Capital as a factor of production. pp:327-333 in: Eatwell, J.; Newman, P.; Ilgate, M. (eds.) *"The new Palgrave. A dictionary of economics; Vol.1"*. London etc.: MacMillan.
- Johnston, K., Tanner, M., Lalla, N., ve Kawalski, D. (2013). Social capital: The benefit of Facebook "friends." *Behaviour & Information Technology*, 32 (1), 24–36. doi:10.1080/0144929X.2010.550063
- Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*, Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Lin, N. ve Erickson, B.H. (2008). Theory, measurement, and the research enterprise on social capital. In Lin, N. & Erickson, B.H., Eds., *Social capital. An international research program*. Oxford University Press Inc., New York. doi:10.1093/acprof:oso/9780199234387.003.0010
- Murphy, L. (2013). The relationship between social capital and the director's duty to promote the success of the company. *International Journal of Law and Management*, 55(2), 86-102
- Nahapiet, J., ve Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23:242-266.
- Neves, B. B. (2013). Social capital and Internet use: the irrelevant, the bad, and the good. *Sociology Compass*, 7(8), 599-611.
- Otrar, M. ve Argın, F. S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. 7. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu. Erzurum, Atatürk Üniversitesi.
- Resnick, P. (2001). *Beyond bowling together: Socio-technical capital*. In J. Carroll (Ed.), *HCI in the New Millennium* (pp. 647-672). New York: Addison-Wesley.

- Petersen, C., ve Johnston, K. A. (2015). The impact of social media usage on the cognitive social capital of university students. *Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 18, 1-30.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Putnam, R. (2002). Democracies in Flux. Introduction. In R. P. (ed.), *Democracies in Flux. The evolution of social capital in contemporary society* (s. 3-19). Oxford: Oxford University Press.
- Sabatini, F. (2005). Social capital as social networks. A new framework for measurement. Working Papers 83, University of Rome La Sapienza, Department of Public Economics.
- Salisu, I.ve Hashim, N. (2017). A Critical Review of Scales Used in Social Capital Research, *IOSR Journal of Business and Management*, 19(4),34-40
- Şahin, C., ve Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği- Yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 523-538
- Şimşek, Ö. F. (2007). Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları. Ankara: Ekinoks.
- Valenzuela S., Park N., Kee K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *J. Comput. Mediat. Commun.* 14, 875-901.
- Veerle, V., Wim, P., Jan De, M., ve Sara, W. (2012). Measuring the immeasurable? Operationalising social capital in health research. *Health*
- Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberspace: The rise of personalized networks. *International Urban and Regional Research*, 25 (2), 227-252.
- Williams, D. (2006). On and off the 'net: Scales for social capital in an online era, *Journal of Computer- Mediated Communication*, 11, (2).