

T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI

TOPLUMSAL DAYANIŞMA AĞLARININ GAZETECİLİKTE KULLANIMI:
SOSYAL SERMAYENİN KAMUSAL HABERCİLİKTEKİ ROLÜNÜN
İNCELENMESİ

Hazırlayan
Ahmet BİÇER

Danışman
Doç. Dr. Mustafa KOÇER

Doktora Tezi

Eylül 2019
KAYSERİ

T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI

TOPLUMSAL DAYANIŞMA AĞLARININ GAZETECİLİKTE
KULLANIMI: SOSYAL SERMAYENİN KAMUSAL
HABERCİLİKTEKİ ROLÜNÜN İNCELENMESİ

(Doktora Tezi)

Hazırlayan
Ahmet BİÇER

Danışman
Doç. Dr. Mustafa KOÇER

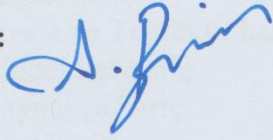
Eylül 2019
KAYSERİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Adı-Soyadı: **Ahmet BİGER**

İmza :





T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Tez Başlığı: Toplumsal Dayanışma Ağlarının Gazetecilikte Kullanımı: Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilikteki Rolünün İncelenmesi

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Giriş, b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan toplam **227** sayfalık kısmına ilişkin, **10/10/2019** tarihinde **Turnitin** intihal programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı: **% 10** dur.

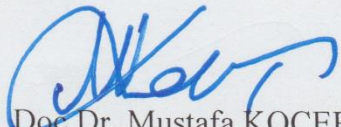
Uygulanan filtrelemeler:

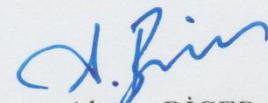
- 1- Giriş dahil
- 2- Ana Bölümler dahil
- 3- Sonuç dahil
- 4- Alıntılar dahil/hariç
- 5- Kapak hariç
- 6- Önsöz ve Teşekkür hariç
- 7- İçindekiler hariç
- 8- Kaynakça hariç
- 9- Özet hariç
- 10- Yedi (7) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihal Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 10/10/2019

Adı Soyadı : Ahmet BİÇER
Öğrenci No : 4033241307
Anabilim Dalı : İletişim Bilimleri
Bilim Dalı : Gazetecilik


Doç. Dr. Mustafa KOÇER

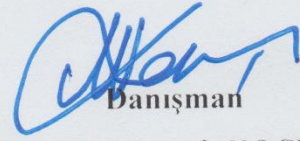
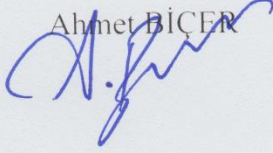

Ahmet BİÇER

YÖNERGEYE UYGUNLUK

Toplumsal Dayanışma Ağlarının Gazetecilikte Kullanımı: Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilikteki Rolünün İncelenmesi adlı Doktora tezi, Erciyes Üniversitesi Lisansüstü Tez Önerisi ve Tez Yazma Yönergesi'ne uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Ahmet BİÇER



Danışman

Doç. Dr. Mustafa KOÇER



İletişim Bilimleri ABD Başkanı

Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ

KABUL ONAY SAYFASI

Doç. Dr. Mustafa KOÇER danışmanlığında **Ahmet BİÇER** tarafından hazırlanan **“Toplumsal Dayanışma Ağlarının Gazetecilikte Kullanımı: Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilikteki Rolünün İncelenmesi”** adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü **İletişim Bilimleri** Anabilim Dalında **Doktora** tezi olarak kabul edilmiştir.

17 / 09 / 2019

JÜRİ:

Danışman : Doç. Dr. Mustafa KOÇER

Üye : Prof. Dr. Hakan AYDIN

Üye : Prof. Dr. Şükrü BALCI

Üye : Doç. Dr. Enderhan KARAKOÇ

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Ebru DAVULCU

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 14 / 10 / 2019 tarih ve 42 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

14 / 10 / 2019
Doç. Dr. Kenan GÜLLÜ
Enstitü Müdürü

TEŞEKKÜR

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde 2006 yılında başlayan öğrencilik yıllarımdan itibaren çeşitli vesilelerle yollarımın kesiştiği, akademik hayata başladığım günden itibaren birlikte çalışma fırsatı bulduğum ve bana akademik çalışmalarında yol gösteren tez danışmanım Doç. Dr. Mustafa Koçer'e teşekkür ederim.

Çalışmanın eksikliklerinin giderilmesine, yapıcı eleştirileriyle katkıda bulunan değerli jüri üyeleri Prof. Dr. Şükrü Balcı'ya, Prof. Dr. Hakan Aydın'a, Doç. Dr. Enderhan Karakoç'a ve Dr. Öğretim Üyesi Ebru Davulcu'ya teşekkürlerimi sunarım.

Tezimin gözden geçirilmesi ve gereken düzeltmelerin gerçekleştirilmesine yardımcı olan Arş. Gör. Dr. Meltem Şahin'e ve Arş. Gör. Deniz Kurban'a; lisans yıllarımdan itibaren hem hocam hem arkadaşım olarak her konuda destek olan Arş. Gör. Kadir Macit'e ve Dr. Öğretim Üyesi Kürşad Gölgeci'ye; uzun ve zorlu doktora eğitimi sürecini paylaştığımız dönem arkadaşlarıma; üzerimde emeği olan tüm hocalarıma ve Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde birlikte çalıştığım mesai arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Ayrıca, üniversite hayatına başlamamda büyük rolü bulunan babam merhum Mustafa Şadi Biçer'e; yaşamım boyunca her konuda arkamda duran annem Filiz Tulumbacı'ya ve ablam Burcu Biçer'e; zor zamanlarda yanımda olan arkadaşlarıma, dostlarıma ve sevdiklerime teşekkürü bir borç bilirim.

Son olarak, saha araştırmasına katılarak anketleri dolduran ve çalışmanın sonlandırılmasına büyük katkı sağlayan değerli basın çalışanlarına teşekkürlerimi sunarım.

Ahmet BİÇER

Kayseri, Eylül 2019

**TOPLUMSAL DAYANIŞMA AĞLARININ GAZETECİLİKTE KULLANIMI:
SOSYAL SERMAYENİN KAMUSAL HABERCİLİKTEKİ ROLÜNÜN
İNCELENMESİ**

Ahmet BİÇER

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eylül 2019

Danışman: Doç. Dr. Mustafa KOÇER

ÖZET

Sosyal sermaye, bireysel ve toplumsal olmak üzere iki farklı gerçeklik düzleminde değerlendirilebilir. Bireysel düzlemde sosyal sermaye; aktörlerin sosyal ilişkilerinden elde ettikleri ve amaçları doğrultusunda kullandıkları bir kaynaktır. Toplumsal düzlemde ise; yaşanan bölgedeki komşuluk ilişkilerinden yardımlaşma düşüncesine, sivil toplum kuruluşlarından dernekleşme faaliyetlerine kadar, bir dizi sivil katılım biçiminin toplumsal hayata sağladığı katkıları ifade eden bir kaynak olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla çalışmada, sosyal yapılardan veya ilişkilerden elde edilen bir kaynak olan sosyal sermayeyi, gazetecilerin mesleki pratiklerinde kullanmaları gerektiği varsayılmıştır. Bu varsayımdan hareketle, gazetecilerin kamusal habercilik olanaklarında sosyal sermayenin rolünün incelenmesi amaçlanmıştır.

Çalışma amaçları doğrultusunda sosyal sermayenin kavramsal ve teorik incelemesine yer verilmiş, gazetecilik alanıyla sosyal sermaye yaklaşımının arasındaki ilişkiler ele alınmıştır. Saha araştırmasında, gazetecilerin sosyal sermayeleri ve kamusal habercilik olanakları incelenmiş, mesleki ve kişisel değişkenler açısından oluşan farklılaşmalar araştırılmıştır. Ağırlıklı olarak İstanbul, Ankara ve İzmir’de çalışan gazeteciler olmak üzere, toplam 384 gazeteciyle anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Sosyal sermayenin ölçülmesi için Onxy ve Bullen (2000) tarafından geliştirilen ve Ardahan (2010) tarafından Türk toplumuna adaptasyon çalışması gerçekleştirilen ölçek kullanılmıştır. Kamusal habercilik olanaklarının araştırılması için, Yang (2016)’ın çalışmasında Çin ve ABD’de bulunan gazetecilere uyguladığı 13 ifade kullanılmıştır. Bu ifadeler betimleyici faktör analizi sonrası 2 faktörden oluşan bir ölçek haline getirilerek ilgili analizlerde kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar, sosyal sermayenin kamusal habercilik olanakları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin bulunduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca bazı kişisel ve mesleki değişkenler açısından gazetecilerin sosyal

sermayeleri ve kamusal habercilik olanaklarında önemli farklılaşmalar tespit edilmiştir. Bu bağlamda sosyal sermayenin kamusal habercilik pratiklerinde önemli bir rolü bulunduğu, toplumsal dayanışma ve iletişim ağlarına katılımın toplum yanlısı gazetecilik pratiklerini kolaylaştırdığı anlaşılmıştır.

Araştırmanın, sosyal sermayenin gazetecilerin mesleki pratiklerinde önemli bir kaynak olduğunu ortaya koyması sebebiyle, gazetecilik alanındaki çalışmalara önemli bir katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, Sosyal Sermaye, Kamusal Habercilik.



**THE USE OF SOCIAL SOLIDARITY NETWORKS IN JOURNALISM:
INVESTIGATION ON THE ROLE OF SOCIAL CAPITAL IN PUBLIC
JOURNALISM**

Ahmet BİÇER

**Erciyes University, Social Sciences Institute Ph. D Program Thesis, September
2019**

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Mustafa KOÇER

ABSTRACT

Social capital can be evaluated in two different reality aspects as individual and social. At the individual level, social capital is a resource derived from social relationships of actors and which they use for their purposes. At the social level, it is considered as a resource which expresses the contribution of a number of forms of civil participation to social life, from neighborhood relations in the area of living to mutual aids, from non-governmental organizations to association activities. Therefore, in the study it is assumed that journalists should use the social capital, which is a source derived from social structures and relations, in their professional practice. Considering this assumption, it is aimed to examine the role of social capital in the journalists' public journalism opportunities.

In line with the aims of the study, conceptual and theoretical analysis of social capital was given and the relations between journalism and social capital approach were discussed. In the field research, the social capital of the journalists and the possibilities of public journalism were examined and the differences in terms of professional and personal variables were investigated. The survey was conducted with a total of 384 journalists, mainly with the journalists working in Istanbul, Ankara and Izmir. In order to measure the social capital, the scale developed by Onxy and Bullen (2000) and adapted to Turkish society by Ardahan (2010) was used. To investigate public journalism opportunities, 13 statements that Yang (2016) applied to journalists in China and the USA were used. These statements were used by turning them into a scale consisting of 2 factors after the descriptive factor analysis. The results obtained showed that the social capital has a statistically significant and positive effect on public reporting opportunities. In addition, significant differences were found in journalists' social capital and public journalism opportunities in terms of some personal and

professional variables. In this context, it is understood that social capital has an important role in public journalism practices; and participating in social solidarity and communication networks facilitates pro-social journalism practices.

Since the research revealed that social capital is an important resource in the professional practices of journalists, it is expected to make a significant contribution to the studies in the field of journalism.

Keywords: Journalism, Social Capital, Public Journalism.



İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	ii
YÖNERGEYE UYGUNLUK	iv
KABUL ve ONAY SAYFASI	v
TEŞEKKÜR	vi
ÖZET	vii
ABSTRACT	ix
İÇİNDEKİLER	xi
TABLolar LİSTESİ	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ve TEORİK ÇERÇEVE

1.1.Sosyal ve Sermaye Kavramları	10
1.2. Sermaye Biçimleri.....	11
1.3. Sosyal Sermaye Tanımları	13
1.4. Sosyal Sermayenin Unsurları	16
1.4.1. Güven	17
1.4.2. Normlar	20
1.4.3. İletişim Ağları	22
1.5. Sosyal Sermaye Türleri.....	26
1.6. Sosyal Sermayenin Kaynakları	31
1.7. Sosyal Sermayenin Sonuçları.....	36
1.8. Sosyal Sermaye Düşüncesinin Temelleri.....	43
1.8.1. Alexis de Tocqueville ve Sivil Toplum.....	43
1.8.2. Karl Marx: Sınıf Temelli Toplumsal İlişkiler	44
1.8.3. Emile Durkheim: İş bölümü ve Toplumsal Bütünleşme	45
1.8.4. Max Weber: Toplumsal Örgütlenme ve Toplumsal İlişkiler	46
1.8.5. George Simmel: Toplumsal Etkileşim	47
1.9. Sosyal Sermaye Kavramının Ortaya Çıkışı.....	49
1.10. Sosyal Sermayeye: Metafordan Teoriye	51

1.10.1. James Coleman: Eğitimde Fırsat Eşitliği ve Sosyal Sermaye.....	51
1.10.2. Pierre Bourdieu: Sermaye Biçimleri ve Toplumsal Eşitsizlikler	54
1.10.3. Robert Putnam: Amerikan Bowling Ligi ve Sosyal Sermaye.....	57
1.10.4. Francis Fukuyama: Güven Ağları ve Ekonomik Kalkınma	60
1.10.5. Sosyal Sermayeye Ağ Yapısı Yaklaşımları	62
1.10.5.1. Mark Granovetter: Zayıf Bağlar Yaklaşımı	62
1.10.5.2. Ronald S. Burt: Yapısal Boşluk Kuramı	65
1.10.5.3. Nan Lin: Sosyal Sermayenin ‘Network’ Kuramı	68
1.10.6. Uluslararası Kuruluşların Sosyal Sermaye Çalışmaları	71
1.10.7. Türkiye’de Sosyal Sermaye Araştırmaları	77
1.10.7. Sosyal Sermayenin Eleştirisi	82

İKİNCİ BÖLÜM

GAZETECİLİK ALANI ve SOSYAL SERMAYE İLİŞKİSİ

2.1 Gazetecilik ve Sosyal Sermaye İlişkisinin Kuramsal Temelleri.....	87
2.1.1. Alexis de Touqueville: Basın ve Sivil Katılım.....	88
2.1.2. Gazetecilik, Kamusal Alan ve Sosyal Sermaye	92
2.1.3. İletişim Araştırmaları ve Sosyal Sermaye	97
2.1.4. Robert Putnam: Televizyon İzleyiciliği ve Sosyal sermaye.....	100
2.1.5. Pierre Bourdieu: Gazetecilik Toplumsal Alanı ve Sosyal Sermaye.....	105
2.1.6. Türkiye’de İletişim Alanında Gerçekleştirilen Sosyal Sermaye Araştırmaları.....	110
2.2. Sosyal Sermayenin Unsurları ve Gazetecilik	112
2.2.1. Gazetecilikte Güven	112
2.2.2. Gazetecilikte İletişim Ağları	115
2.2.3. Gazetecilikte Normlar	117
2.3. Gazetecilik Yönelimleri ve Sosyal Sermaye.....	120
2.3.1. İnternet Gazeteciliği ve Sosyal Sermaye.....	122
2.3.2. Vatandaş Gazeteciliği ve Sosyal Sermaye	126
2.3.3. Yerel Gazetecilik ve Sosyal Sermaye	127
2.3.4. Kamusal Gazetecilik ve Sosyal Sermaye	129
2.4. Kamusal Gazetecilik Ekolojisi ve Sosyal Sermaye.....	132

2.4.1. Medya Kuruluşu ve Meslektaşlar	134
2.4.2. Okuyucular	138
2.4.3. Haber Kaynakları	140
2.4.4. Politikacı ve Bürokratlar	142
2.4.5. İş Dünyası.....	145
2.4.6. Ünlüler.....	148
2.4.7. Sivil Toplum.....	150
2.5. Gazetecilik ve Sosyal Sermaye İlişkisinin Genel Değerlendirmesi	152

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GAZETECİLERİN SOSYAL SERMAYELERİ ve KAMUSAL HABERCİLİK OLANAKLARI ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Konusu	155
3.2. Araştırmanın Amaç ve Önemi	155
3.3. Yöntem.....	157
3.3.1. Araştırmanın Sınırlılıkları	157
3.3.2. Evren ve Örneklem.....	157
3.3.3. Araştırmada Kullanılan Testler	158
3.3.4. Araştırma Modeli	159
3.3.5. Araştırma Değişkenleri ve Ölçüm.....	160
3.3.5.1. Algılanan Sosyal Sermaye.....	160
3.3.5.2. Mesleki Değişkenler.....	163
3.3.5.3. Kişisel Değişkenler.....	164
3.3.5.4. Algılanan Kamusal Habercilik Olanakları	165
3.3.5.6. Araştırma Soruları ve Hipotezler.....	166
3.4. Bulgular ve Yorum.....	168
3.4.1. Gazetecilerin Bazı Demografik ve Mesleki Özellikleri	168
3.4.2. Güvenilirlik ve Yapı Geçerliliği.....	177
3.4.3. Ölçeklere Ait Betimsel İstatistikler	185
3.4.4. Sosyal Sermaye ve Kamusal Habercilik Olanakları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	186
3.4.5. Sosyal Sermayenin Kişisel Değişkenler Açısından İncelenmesi	196

3.4.6. Kamusal Habercilik Olanaklarının Kişisel Değişkenler Açısından İncelenmesi.....	203
3.4.7. Sosyal Sermayenin Mesleki Değişkenler Açısından İncelenmesi	206
3.4.8. Kamusal Habercilik Olanaklarının Mesleki Değişkenler Açısından İncelenmesi.....	210
3.4.9. Sosyal Sermayenin Gazetecilerin İletişim Ağları Açısından İncelenmesi.....	214
3.4.10. Kamusal Habercilik Olanaklarının Gazetecilerin İletişim Ağları Açısından İncelenmesi	217
DEĞERLENDİRME ve SONUÇ.....	221
EKLER.....	232
KAYNAKÇA	240
ÖZ GEÇMİŞ.....	267

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Sosyal Sermaye Tanımları	14
Tablo 2. Yazarlara Göre Sosyal Sermaye Türleri	26
Tablo 3. Sosyal Sermayeye Kamu Malı Ve Özel Mal Yaklaşımları Arasındaki Farklar	37
Tablo 4. Sosyal Sermayenin Sonuçları	38
Tablo 5. Grup İçi Ve Gruplar Arasındaki İlişki Yoğunluğu Tablosu	66
Tablo 6. Uluslararası Organizasyonlar Ve Sosyal Sermaye	76
Tablo 7. Gazetecinin Medya Kuruluşu Ve Meslektaşlarıyla İlişkileri.....	134
Tablo 8. Gazetecilerin Siyaset Ve Bürokrasi İlişkileri.....	142
Tablo 9. Gazetecilerin Kültür-Sanat Alanındaki İlişkileri	149
Tablo 10. Sosyal Sermaye Ölçeğinde Kullanılan Maddeler	161
Tablo 11. Kişisel Değişkenlerin Dağılımı.....	169
Tablo 12. Mesleki Değişkenlerin Dağılımı	171
Tablo 13. Gazetecilik Faaliyetlerinin Gerçekleştirildiği Mecralar	172
Tablo 14. Gazetecilik Faaliyetlerinde Üstlenilen Görev/Pozisyon	172
Tablo 15. Gazetecilerin Uzmanlaşma Alanları	173
Tablo 16. Kamusal Haber Üretim Sıklığı Ve Sayısı	174
Tablo 17. Sosyal Çevreyle Yakınlık Derecesi	174
Tablo 18. Sosyal Çevreyle Yüz Yüze Görüşme Sıklığı.....	175
Tablo 19. Sosyal Çevreyle İletişim Araçlarıyla Görüşme Sıklığı.....	175
Tablo 20. Sosyal Çevreden Her Gün Etkileşime Girilen Kişi Sayısı.....	176
Tablo 21. Sosyal Çevreden Haber Üretiminde Yararlı Bilgiler Sağlayan Kişi Sayısı..	176
Tablo 22. Kamusal Habercilik Olanakları Kmo Ve Barlett Değerleri.....	178
Tablo 23. Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeğinin 2 Faktörlü Analiz Sonuçları	179
Tablo 24. Sosyal Sermaye Ölçeği İçin Uyum İndeksleri Ve Yol Haritası.....	181
Tablo 25. Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği İçin Uyum İndeksleri Ve Yol Haritası	182
Tablo 26. Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilik Olanaklarına Etkisi İçin Uyum İndeksleri Ve Yol Haritası.....	183
Tablo 27. Sosyal Sermaye, Kamusal Habercilik Olanakları Ölçek Ve Alt Boyut Puanlarına Ait Betimsel İstatistikler.....	185
Tablo 28. Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilik Olanaklarına Etkisi (Yem)	186
Tablo 29. Sosyal Sermaye İle Kamusal Habercilik Olanakları Arasındaki İlişki (Korelasyon)	189
Tablo 30. Sosyal Sermaye Alt Boyutlarının Kho Faktör 1'e Etkisi (Regresyon).....	192
Tablo 31. Sosyal Sermaye Alt Boyutlarının Kho Faktör 2'ye Etkisi (Regresyon).....	193
Tablo 32. Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilik Olanaklarına Etkisi (Regresyon)..	196
Tablo 33. Sosyal Sermayenin Kişisel Değişkenler Açısından İncelenmesi.....	198
Tablo 34. Kişisel Değişkenler Açısından Farklılaşan Sosyal Sermaye Alt Boyutları ..	200
Tablo 35. Kamusal Habercilik Olanaklarının Kişisel Değişkenler Açısından İncelenmesi	204
Tablo 36. Sosyal Sermayenin Mesleki Değişkenler Açısından İncelenmesi	206
Tablo 37. Mesleki Değişkenler Açısından Sosyal Sermaye Alt Boyutlarında Gerçekleşen Farklılaşmalar	209

Tablo 38. Kamusal Habercilik Olanaklarının Mesleki Değişkenler Açısından İncelenmesi.....	211
Tablo 39. Kamusal Habercilik Olanakları Alt Faktörlerinde Bazı Mesleki Değişkenler Açısından Gerçekleşen Farklılaşmalar	213
Tablo 40. Sosyal Sermayenin Sosyal Çevreyle Yakınlık Derecesi Açısından İncelenmesi.....	215
Tablo 41. Sosyal Sermayenin Sosyal Çevreyle Etkileşim Açısından İncelenmesi.....	216
Tablo 42. Kamusal Habercilik Olanaklarının Sosyal Çevreyle Yakınlık Açısından İncelenmesi.....	218
Tablo 43. Kamusal Habercilik Olanaklarının Sosyal Çevreden Etkileşime Girilen İnsan Sayısı Açısından İncelenmesi.....	219



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Sosyal Sermaye Unsurları.....	16
Şekil 2. Ağlar: İformel Birlikler.....	24
Şekil 3. Sosyal Sermayenin Boyutları.....	33
Şekil 4. Adler Ve Kwon'un Sosyal Sermaye Modeli	36
Şekil 5. B-C Bağının Yokluğu	63
Şekil 6. Yerel Köprüler	64
Şekil 7. Sosyal Organizasyon.....	66
Şekil 8. Türkiye’de Sosyal Sermaye Araştırmalarının Yıllara Göre Dağılımı	78
Şekil 9. Türkiye’de Sosyal Sermaye Konusunda Yapılan Tezlerin Disiplinlere Göre Dağılımı	79
Şekil 10. Araştırma Modeli	159
Şekil 11. Sosyal Sermaye Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Yol Haritası	181
Şekil 12. Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Yol Haritası.....	182
Şekil 13. Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilik Olanaklarına Etkisi İçin Doğrulayıcı Faktör Analizi Yol Haritası.....	184

GİRİŞ

Gazetecilik alanı, mesleğe ilişkin ilk örneklerinden günümüze değin, tarihsel süreç içerisinde pek çok değişimler geçirmek suretiyle kurumlaşmış bir yapıya bürünmüştür (Tüfekçioğlu, 1993; Briggs ve Burke, 2004; Tokgöz, 2008). Bu süreçte siyasal, kültürel, ekonomik, teknolojik vb. birçok unsur, gazeteciliğin profesyonel bir meslek haline gelmesine etkide bulunmuştur. Günümüzde gazetecilik, sosyal bilimlerdeki birçok konu, kavram ve/veya düşüncede de olduğu gibi, türlü yönleriyle tartışılmaya devam etmektedir.

Gazetecilik, Dünyada ve Türkiye’de kurumlaşmasının bir sonucu olarak lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde formel öğrenim süreçleri bulunan bir bilim dalı haline dönüşmüştür. Ancak toplumsal gerçekliği açıklamaya/anlamaya/yorumlamaya çalışan sosyal bilimlerin diğer alanları da gazetecilik kurumunu farklı perspektiflerden ele almaktadır. Bu durum, gazetecilik alanının/sisteminin ve içindeki aktörlerin, doğası gereği, diğer toplumsal alanlarla ve aktörlerle olan ilişkisinin bir sonucudur.

Gazetecilik hakkındaki çok disiplinli tartışmalar, bizzat toplumsal bir aksiyon oluşundan ileri gelmektedir. Bu tartışmalar; gazetecilik alanının medya endüstrisine eklemlenmiş olmasından kaynaklanan ticarileşme ve tekelleşme problemleri (McChesney, 1997; 2015; Bülbül, 2000; Toruk, 2008;), etik sorunlar (Beckett ve Mansell, 2008), çalışan hakları (Wilson, 2008; Siapera ve Spyridou, 2012; Yılmaz, 2015) basın özgürlüğü ve sansür/otosansür (Keane, 1992; Said, 2008), gazetecilere yönelik şiddet (Fleeson, 2000; Feinstein, 2006) gibi birçok konuya dikkat çekmektedir. Bütün bu sorunların arka planında yatan temel sebep, teoride idealize edilen meslek ilkelerinin ve kimi normatif değerlerin, pratik süreçlerde karşılığını bulamamasından kaynaklanan çelişki durumudur.

Temsili demokrasilerde gazeteciliğe birtakım önemli görevler ve sorumluluklar yüklenir. Bu görev ve sorumlulukların başında kamu adına denetleme yapmak ve kamuoyunu bilgilendirmek bulunmaktadır (Işık, 2000; Gans, 2003; Schudson, 2003).

Ancak gazetecilik müessesesinin sahip olduğu yapısal problemler dolayısıyla, gazetecilerin bu önemli sorumluluğu layıkıyla yerine getiremediklerine dair eleştiriler de söz konusudur (Wayne, 1996; Kovach ve Rosentiel, 2007; Papacharissi, 2009; Arsan, 2013).

Farklı bakış açıları ve eleştiriler, demokratik sistem ile gazetecilik alanı arasındaki ilişkiler açısından değerlendirildiğinde, bazı kavramlar öne çıkmaktadır. Bu kavramlardan ilki, ‘kamusal alan’ kavramsallaştırmasıdır. En sade ifadesiyle kamusal alan, yurttaşların toplum genelini ilgilendiren bazı ortak meseleleri tartışmak, kimi hususlarda birbirleriyle bilgi ve fikir alışverişinde bulunmak ve tüm bunları karar alma mekanizmalarına yansıtmak için bir araya geldikleri umumi mekânları ifade etmektedir. İdealize edilmiş bir müessese olarak gazetecilik kurumunun da üretilen ve sunulan içeriklerle kamusal alanların işleyişine yardımcı olması beklenir (Habermas, 1991; 2004).

Kamusal alana ilişkin derinlikli mülâhazalar, beraberinde bazı tartışmaları da gündeme getirmektedir. Yaşanan tarihsel ve toplumsal dönüşümler neticesinde, klasik anlamdaki kamusal alan tasavvurunun eski önemini yitirdiği; vatandaşların ‘pasif bireylere’ dönüşmeleri suretiyle kamusal alanların artık mümkün olmadığı şeklindeki görüşler de ortaya atılmıştır (Postman, 2012; Sennett, 2016). Bu, ‘sivil katılım’ ve ‘aktif yurttaşlık’ gibi kavramların öne çıkmasına vesile olmuştur. Demokratik sistemin bu krizinin aşılabilmesi için kamusal alana sivil katılımın sağlanması gerekmekte ve aktif vatandaşlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu noktada, sosyal sermayenin, belirtilen sorunlarla ilişkili önemli bir araştırma eğilimi olarak ortaya çıktığını ifade etmek mümkündür. Toplumbilimsel diğer pek çok kavram tanımında olduğu gibi, sosyal sermaye kavramı üzerinde de ortak bir tanım üzerinde uzlaşıldığını söylemek mümkün değildir. Kavram, bireysel ve toplumsal olmak üzere iki farklı gerçeklik düzleminde değerlendirilmektedir. Buna göre; bireysel düzlemde sosyal sermaye, bireylerin sahip oldukları ilişkilere ve bu ilişkilerin kendilerine sağladığı avantajlara gönderme yaparken (Baker, 1990; Bourdieu ve Wacquant, 1992; Burt, 1992; Belliveau, O'Reilly ve Wade, 1996; Portes, 1998; Knoke, 1999; Lin, 2010); toplumsal düzlemde ise, yaşanan bölgedeki komşuluk ilişkilerinden yardımlaşma düşüncesine, sivil toplum kuruluşlarından dernekleşme faaliyetlerine kadar bir dizi sivil katılım biçiminin toplumsal hayata sağladığı katkılara gönderme yapmaktadır.

(Coleman, 1990; Fukuyama, 1995; Putnam, 1995; Thomas, 1996; Brehm ve Rahm, 1997). Sosyal sermayeye dair belirtilmesi gereken diğ er bir önemli husus da sosyal sermaye d    ncesinin, diğ er sermaye biçimlerinden farksız olarak, bireyler arasındaki e  itsizliğı ‘yeniden üreten’ bir kaynak ve/veya e  itsizlikleri gizleyen bir araştırma geleneğı şeklinde, eleştiri oklarının hedefi halinde bulunduğudur (Fine, 2008, 2010a, 2010b).

Ağırlıklı olarak sosyoloji ve ekonomi disiplinlerinde kullanılan bir kavram olarak öne çıkan sosyal sermayenin, toplumsal bilimlerin pek çok alanına sirayet etmiş bir araştırma eğilimi olarak, günden güne yaygınla tığını ifade etmek de mümkündür. Sosyoloji disiplini penceresinden bakıldığında, sosyal bütünlüğün sağlanmasında kendisine özel bir önem atfedilen sosyal sermayenin, ekonomi disiplini penceresinden bakıldığında ise, kalkınma ve refah seviyesinin artırılmasında müstesna bir yerinin bulunduğı değerlendirilmektedir. James Coleman, Robert Putnam ve Pierre Bourdieu başta olmak üzere, sosyal sermaye fenomenini farklı bilim anlayışları dahilinde bir araştırma nesnesine d n   t rm    pek çok araştırmacıya rastlamak mümkündür. Son yıllarda Dünya Bankası da konuya özel önem vermekte ve ülkelerin sosyal sermaye düzeylerini  l me çalışmaları gerçekleştirmektedir. Diğ er yandan, uluslararası literatürde sosyal sermaye yaklaşımını iletişim ve gazetecilik araştırmalarına uyarlayan çalışmalara rastlamak her ne kadar mümkün olsa bile (Wallack, 2000; Stevens, Alger, Allen ve Sullivan, 2006; Richards, Chia ve Bowd, 2011; Richards, 2012; Mercado, 2015; Washburn ve Raynauld, 2016), Türkçe literatürün bu yönden sınırlı kaldığı söylenbilir.

Bu nedenle çalışmanın çıkış noktası, gazetecilik alanıyla sosyal sermaye yaklaşımı arasındaki ilişkiyi anlama ve açıklama çabalarından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla gazetecilik alanıyla sosyal sermaye arasında çok boyutlu bir ilişki varsayılmıştır. Zira gazeteciler, mesleki profesyonelliğ n gerektirdiğı biçimde toplumun farklı kesimlerinden insanlarla etkileşime girmek ve gerektiğinde tekrar faydalanabilmek adına profesyonel ilişkiler tesis etmek durumundadırlar. Hatta  yle ki, gazetecilerin mesleklerini icra edebilmeleri için bireysel sosyal sermayelerinden yararlanmak durumunda bulundukları, aksi durumunda mesleğ n icrasının mümkün olamayacağı şeklinde bir iddia ortaya atmak dahi mümkündür. Öte yandan gazeteciler, ürettikleri ve sundukları içerikler dolayısıyla sivil katılıma ya da çekilmeye de etki ettiklerinden,

sosyal sermayenin toplumsal düzlemdeki sivil katılım boyutu daha da önemli hale gelmektedir. Çalışmanın ikinci bölümünde de görüleceği üzere, sosyal sermayenin temel kuramcılarından Putnam'ın çalışmaları başta olmak üzere, bu durumu destekler nitelikte kimi araştırmalara rastlanabilmektedir. Belirtilen çalışmalar genel itibariyle kitle iletişim araçlarının boş zaman etkinliklerini kuşatması ya da izleyicilere sundukları içerikler bakımından sosyal sermaye üzerindeki olumlu/olumsuz etkileri üzerine odaklanmaktadır.

Bu çalışmada ise ‘gazetecilik kurumunun sosyal sermayeye ne yaptığı?’ sorusundan ziyade, ‘sahada çalışan gazeteci aktörlerin sosyal sermayeyle ne yaptığı?’ sorusunun cevabı aranmaktadır. Mesleki pratikleri gereği, toplumu kamusal alanda gerçekleşen sivil katılıma teşvik edecek olan bir gazetecinin, bizihi aktif bir yurttaş olması gerekmektedir. Bu nedenle gazetecilerin sivil katılım davranışlarının sosyal sermaye yaklaşımı üzerinden ortaya konulmaya çalışıldığı bu tezde, sivil katılım unsurlarıyla “kamusal habercilik olanakları” ve “kamusal haber üretimleri” arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Çalışmanın ele almaya çalıştığı temel problem, toplumsal düzlemde bireyler arasındaki ilişkiler ağının üretken faydalarına odaklanan sosyal sermayenin (Claridge, 2004) gazetecilik üretim pratiklerinde ve daha özelde kamusal habercilik olanaklarında bir etkisinin bulunup bulunmadığının teorik ve ampirik olarak cevaplanmasıdır. Bu bağlamda çalışmanın ortaya attığı ve ispatlamaya çalıştığı temel tez dar anlamda “sosyal sermayenin kamusal habercilik olanakları açısından olumlu birtakım etkilerinin bulunduğu” yönündeki önermedir. Dolayısıyla bu çalışmada inceleme nesnesi gazetecilerdir. Gazetecileri inceleme nesnesi haline getirmek amacıyla yine gazetecilerin “kamusal habercilik olanaklarına ilişkin algılamalarından” yararlanılmakta, analiz birimi olarak ise toplumsal dayanışma ağları olarak karşılığını bulan “sosyal sermaye” yaklaşımının sunduğu kavramsal araçlar kullanılmaktadır.

Gazetecilik müessesesinin en temel sorumluluğu şeklinde ifadesini bulan kamusal bilgilendirme düşüncesi, zikredilen çeşitli engellerden dolayı tarihsel süreç içerisinde *kamusal habercilik/gazetecilik* gibi çeşitli vurguları gerekli kılmış ve gazeteciliğe tarihsel sorumluluğu hatırlatılmaya çalışılmıştır. Bu noktada sosyal sermaye, çalışmanın analiz birimi olmakla kalmamakta, aynı zamanda gazetecilik kurumunun bazı önemli

problem alanlarının aşılmasına yardımcı olabilecek bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.

Bu bağlamda gazetecilik kurumunun her geçen gün yıprandığı, halk nezdinde gittikçe itibarsızlaştığı günümüz koşullarında, toplumla güven tazelemesinin son derece zaruri hale geldiğini ifade etmek gerekmektedir (Rudin ve Ibbotson, 2002; Hargreaves, 2006; Uzun, 2011; Eraslan Yayınoglu, 2013; Yılmaz, 2015). Vatandaşların apolitik hale gelmesi/getirilmesi tartışmaları bir yana, gazetecilerin ve anadamar medyanın halkın gündemini ıskalamaları bu durumun başlıca nedenlerinden biri olarak değerlendirilebilir (White, 2008; Bennett, 2016). Halktan kopuk fildişi kulelerden, gazetecilik alanına yerleşik ve egemen ilişki ağları üzerinden gazetecilik yapmak veya yapmaya zorlanmanın belirtilen güvensizlik ya da itibarsızlaşmayı körüklediği aşıkardır. Bu bağlamda sosyal sermaye, gazeteci ile hizmet ettiği vatandaş arasındaki zarar gören köprülerin yeniden tesis edilmesine yardımcı olabilecek bir çözüm yolunu ifade etmektedir.

Dolayısıyla bu çalışma, sosyal sermayeyi toplumsal dayanışma ağları üzerinde oluşan kaynaklar olarak değerlendirerek, gazetecilerin mesleki pratiklerinde bu kaynaklardan ciddi ölçüde yararlanması gerektiğini ileri sürmektedir. Ancak gazetecilik alanındaki mesleki pratiklerin çok çeşitli bir yelpazede değerlendirilebileceği gerçeği ve bu çalışmanın dikkat çekmeye çalıştığı problem alanı dikkate alınarak, gazetecilik mesleğinin asli sorumluluklarından biri olan ‘kamusal habercilik’ anlayışı üzerinde özellikle durulmuş ve gazetecilerin kamusal habercilik olanaklarında sosyal sermayenin varsayılan rolünün araştırılması amaçlanmıştır.

Daha önce de değinildiği üzere sosyoloji, ekonomi ve işletme literatürlerinde ziyadesiyle bir öneme sahip bulunduğu görülen sosyal sermaye yaklaşımının; toplumsal ilişkilere, sosyal iletişim ağlarına ve sivil katılıma yaptığı vurgularla da iletişim ve gazetecilik araştırmaları açısından da ayrıca bir öneme haiz olduğu rahatlıkla ifade edilebilir. Fakat Türkiye’de, sosyal sermaye ve sosyal medya arasındaki ilişkileri ele alan sınırlı sayıda birkaç iletişim araştırması (Babacan, 2012; Bakan, 2014; Acun, Yücel, Balbağ, İri ve Belenkuyu, 2017; Boz, Buluk ve Aysu, 2017; Yıldız, 2017; Saltik, 2018; Keleş ve Akkaş, 2018; Baş, 2018; Aydın Öztürk, 2018; Eniç, 2018) hariç tutulduğunda, meseleyi gazetecilik düzeyinde tartışan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca sosyal sermayeyi, kolektif bir toplumsal kaynak türü olarak ya

da ekonomik etkinliklerde performans arttırıcı bir unsur olarak değerlendiren çalışmaların varlığına karşın, meseleyi belirli bir meslek grubuyla ilişkilendirmek suretiyle değerlendiren çalışmalar oldukça sınırlıdır.

Dikkat çekilmesi gereken bir diğer nokta, Türkiye’de gazetecilik disiplini açısından meseleleri ‘mesleki sosyoloji’ perspektifinden ele alan çalışmaların görece sınırlı kaldığıdır. Gazeteciliğin kurumsal olarak hemen her gün eleştirilerin odağında kaldığı ve aşıldığı gerçeği, ‘mesleğin özerk yapısını nasıl koruyabileceği?’ tartışmalarını gündeme getirmekte ve farklı analizleri gerekli hale getirmektedir. Bu bakımdan çalışma, sosyal sermaye yaklaşımını gazetecilik alanına ikame etmeye çalışan ve yaklaşımın gazeteciliğin iç dinamiklerindeki rolünü sorgulayan bir mesleki sosyoloji girişimi niteliği taşımaktadır.

Tüm bunların ışığında, sosyal sermaye yaklaşımının, gazetecilik alanında gerçekleştirilen düşünsel üretimin arka planındaki süreçlere dair farklı bir bakış açısının kapılarını aralama potansiyeli de göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmanın alana önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Teoride, gazetecilik her ne kadar kamusal bir hizmet biçiminde telakki ediliyor olsa da, pratikte (ekonomi politik sebeplerle) bunun böyle olamadığı yönünde pek çok karşıt görüş ileri sürülebilmektedir (Briggs ve Burke, 2004; Hargreaves, 2006; Özbay, 2007; Tokgöz, 2008; White, 2008). Üstelik bu türden görüşleri destekler nitelikteki kurumsal ya da bireysel düzeyli pek çok vakıa, tarihin tozlu rafları arasından bizlere seslenmeye devam etmektedir. Bu bakımdan sosyal sermaye yaklaşımı, haber üretim süreçlerindeki gazeteci aktörlerin konumunu bireysel düzeyde bir araştırma nesnesine dönüştürme imkânı vermesine karşın, medya kuruluşlarının ve yayın politikalarının kurumsal düzeyde bir araştırma nesnesine dönüştürülmesi hususunda aynı imkânı sağlayamamaktadır. Sosyal sermaye yaklaşımının metodolojik bakımdan handikabı olarak da ifade edebileceğimiz bu husus, aynı zamanda bu araştırmanın sınırlılığı olarak da değerlendirilmelidir. Bu çalışmanın en büyük sınırlılığı ise özgünlüğü üzerinedir. Zira sosyal sermaye ile gazetecilik ilişkisini bilimsel bir araştırma nesnesine dönüştürmüş herhangi bir çalışmanın bulunmayışı, bir taraftan tezin özgünlüğünün ilk elden teminatı olarak kabul edilebilecekken, diğer taraftan da bir esin kaynağı ya da yol gösterici herhangi bir çalışmanın yoksunluğu olarak da değerlendirilebilir. Vurgulanması gereken bir diğer önemli sınırlılık ise, bu çalışmanın araştırma nesnesi

olarak tanımlanan gazetecilere ulaşma ve onları araştırmaya dahil etme süreçleridir. Tüm zorluklarına karşın, olabildiğince fazla sayıda gazetecinin araştırmaya katılımının sağlanması ve örneklemin temsil kabiliyetinin artırılması ciddi bir zaman almıştır. Çalışmanın, metodolojik bakımdan kusurları varsa eğer; bu sorunlar üzerine değerlendirilmelidir.

Anlatılanlar çerçevesinde çalışma, üç bölümden oluşacak şekilde yapılandırılmıştır. Birinci bölüm; sosyal sermaye yaklaşımına ilişkin kavramsal ve teorik çerçeve üzerinedir. Kavramsal düzeyde sosyal sermayenin tanımları, kaynakları, türleri, unsurları ve sonuçları değerlendirilmiştir. Sosyal sermaye düşüncesine kaynaklık eden temel sosyoloji kuramcılarının görüşleri ve kavramın bugünkü popülerliğine ulaşmasını sağlayan öncü çalışmalar özelinde bir literatür taramasına yer verilmiştir. Ayrıca uluslararası kuruluşların sosyal sermayeye dair yürüttükleri çalışmaların yanı sıra sosyal sermayeyi eleştiri oklarının hedefi haline getiren Ben Fine'nın görüşleri de tartışılmıştır.

İkinci bölüm, gazetecilik ile sosyal sermaye yaklaşımının ilişkilendirilmesi üzerinedir. Bu amaç doğrultusunda, çalışma kapsamında varsayılmış bulunan bu ilişkinin kuramsal temellerinin izleği sürülmektedir. Bu minvalde, öncelikle Alexis de Touqueville'in basın ve sivil katılım hakkındaki erken dönem katkıları sosyal sermaye bağlamında ele alınmış, ardından da gazetecilik ve kamusal alan ile sosyal sermaye ilişkisi argümantatif bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Ayrıca literatürde sosyal sermaye yaklaşımının temel kuramcıları olarak zikredilen isimlerin iletişim/gazetecilik alanına ilişkin değerlendirmelerine yer verilmiş ve araştırmanın analiz birimi olan sosyal sermayenin yeni gazetecilik yönelimleriyle olan ilişkileri ele alınmıştır. İkinci bölümde, çalışmanın uygulama kısmında araştırma nesnesi haline getirilen gazetecilerin sosyal sermaye kaynaklarının vurgulanması amacıyla 'kamusal gazetecilik ekolojisi' üzerinde durulmuştur. Gazetecilerin mesleki nedenlerle ilişki halinde bulundukları farklı sosyal çevreler bu bağlamda incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümü tezin araştırma kısmıdır. Burada gazetecilerin sosyal sermayeleri ve kamusal habercilik olanaklarına ilişkin niceliksel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Sosyal sermaye, toplumsal dayanışma ağlarının ortaya çıkarttığı kaynaklar olarak ele alınmış ve gazetecilerin bu kaynakları kamusal habercilik olanaklarında ne ölçüde kullanabildikleri çeşitli değişkenlerle birlikte serimlenmek istenmiştir. Bu amaçla İstanbul, Ankara ve İzmir başta olmak üzere Türkiye'nin farklı

illerinden gazetecilerle gerçekleştirilen anket çalışmasından elde edilen bulgular değerlendirilmiş, sonuç kısmında araştırma varsayımları ve elde edilen veriler doğrultusunda bir tartışma yürütülmüştür.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ve TEORİK ÇERÇEVE

İlgili literatürün ele alındığı ilk bölümde, çalışmanın merkez kavramı olan sosyal sermayenin kavramsal ve teorik boyutlardaki çerçevesi ortaya koyulmaktadır.

Bu doğrultuda öncelikli olarak sosyal sermaye, kavramsal açıdan ele alınmaktadır. Bu amaçla kavramsal açıklamalara yer verilmekte ve diğer sermaye biçimlerinin neler olduğu açıklanmaktadır. Ayrıca kavramın tanımlanması, türlerinin, unsurlarının, kaynaklarının ve sonuçlarının açıklanması da bu kısımda yer almaktadır.

Kavramsal düzeydeki açıklamaların ardından sosyal sermayeye ilişkin teorik düzeydeki açıklama ve tartışmalar ele alınmaktadır. Temel sosyoloji kuramcıları olarak anılan isimlerin çalışmalarıyla nasıl bir ilişki kurulabileceği araştırılmakta, Tocqueville, Marx, Durkheim, Weber ve Simmel gibi kuramcıların görüşlerinde sosyal sermaye düşüncesinin izleri sürülmektedir.

Birinci bölümde son olarak sosyal sermaye yaklaşımına ilişkin gelişmiş literatür, doğrudan ilişkili olan kuramcılar bağlamında değerlendirilmektedir. Bu noktada sosyal sermaye yaklaşımının üç temel kuramcısı olarak anılan James Coleman, Pierre Bourdieu ve Robert Putnam'ın çalışmaları ve katkıları değerlendirilmekte, ayrıca Francis Fukuyama'nın görüşlerine yer verilmektedir. Bu kuramcılara ek olarak, sosyal sermaye literatürüne 'ağ yapıları' odağında katkıda bulunan ya da yaklaşan Mark Granovetter, Ronald Burt, ve Nan Lin'in görüşleri de bu kısımda incelenmektedir. Yine bölümün son kısmında sosyal sermaye konusunda özel önem gösteren Dünya Bankası ve OECD gibi kuruluşların çalışmalarıyla, sosyal sermayenin eleştirisinde bulunan Ben Fine'in görüşleri bulunmaktadır.

1.1.Sosyal ve Sermaye Kavramları

Sosyal sermaye, sosyal bilimler alanının sık uğraklarından olan iki kavramın, “sosyal” ve “sermaye” kelimelerinin bir araya getirilmesinden oluşan bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Ancak farklı disiplinlerden araştırmacıların bu metafora olan ilgisi ve yaptığı çalışmalar, kavramın kendisine sosyal bilimler içerisinde önemli bir çalışma alanı bulmasını sağlamıştır. Bu nedenle çalışmada sosyal bilimler alanının önemli bir kavramı haline gelen sosyal sermayeden önce, ‘sosyal’ ve ‘sermaye’ kavramlarının tanımlanmasına, ayrıca diğer sermaye biçimlerinin açıklanmasına yer verilecektir.

Türk Dil Kurumu (TDK)’nın internet sitesinde yer alan Büyük Türkçe Sözlük indeksine göre sosyal kelimesi “toplumla ilgili, toplumsal, içtimai” anlamlarına gelmektedir (TDK, 2017) Çok geniş bir kullanım alanı bulunan sosyal kavramına ilişkin bir diğer açıklama aşağıdaki biçimdedir:

“Latince ‘socius’ kelimesinden türeyen bu kelime, ‘içtimai, toplumsal, topluma ait, topluma bağlı, toplumla ilgili’ ve ‘insanların toplum içinde ve birlikte yaşamaları ile ilgili’ anlamlarına gelmektedir. Belirli bir sürede be belli bir insan topluluğuna müteallik olan bu kelime, toplumdaki çeşitli sosyal sınıfların ve grupların birbirleriyle entegre olmasını ifade etmektedir. Bu anlamdaki sosyal, daha fazla ‘birliktelik’ veya ‘birlikte oluş’ manalarına gelmektedir” (Seyyar, 2004, s. 644).

Sosyal bilimlerde oldukça geniş çalışma alanını ilgilendiren bir diğer kavram olan sermaye ise yine TDK (2017)’nın web sitesinde; “*belli bir bedel karşılığı üretim sürecinde üretim faktörlerinden biri olarak yer alan birden çok dönemde kullanılan, emeğin verimliliğini artıran ve kendisi de üretilmiş olan her türlü araç gereç*”, “*gelir yaratma yeteneğine sahip ulusal veya uluslararası düzeyde her türlü mali veya fiziksel varlık*” şeklinde tanımlanmaktadır.

Sermaye kavramı Ekonomi Sözlüğü’nde ise “insan tarafından doğadan alınarak üretimde kullanılmak üzere biçim verilmiş her türlü maddi ve parasal varlıklar” olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca “kendisi de bir üretim süreci sonunda yaratılmış olan sermaye gelir elde etme amacıyla kullanılır. Yaratılması bir fedakârlık gerektiren sermaye üretimin verimliliğini arttır” (Arda, 2008, s. 835) şeklinde açıklamalara yer verilmektedir.

Her iki kavramın içerdği unsurlar dikkate alınarak bir tanım verilecek olursa; “sosyal sermaye; bireylerin, grupların ya da sınıfların diğer birey, grup ya da sınıflarla olan ilişkilerinden oluşan ve kişisel ya da kolektif amaçlarla kullanılabilen maddi olmayan kaynaklardır.” Bu tanımlama sosyal sermayeye ilişkin basit bir açıklama getirmesinin ötesinde, konuyla ilgili bazı sorun ve tartışmaları da gündeme getirmektedir. Örneğin TDK’nın verdiği sermaye tanımına bakıldığında *maddi unsurlara* yapılan vurgunun ağırlıkta olduğu görülmektedir. Sermaye “*belirli bir bedel karşılığı*” kullanılan “*mali ve fiziksel varlık*” olarak tanımlanmaktadır. Bu durum sosyal sermayeye bir sermaye çeşidi olarak bakılamayacağı şeklinde gelişen tartışmaların da temelini oluşturmaktadır. Bu tartışmalara ilerleyen başlıklarda kapsamlı şekilde yer verilecektir. Ancak sosyal sermayenin kapsam ve sınırlarının çizilebilmesi açısından öncelikle diğer sermaye biçimlerinin kısaca açıklanması gerekmektedir.

1.2. Sermaye Biçimleri

Sermaye konusu sosyal bilimin pek çok alanının merkezinde yer almaktadır. Daha önce ifade edildiği gibi sermaye kavramına ilişkin pek çok tanım mevcuttur. Diğer yandan literatür incelendiğinde bazı sermaye biçimlerinin vurgulandığı görülmektedir. Bunlar temel olarak **fiziksel sermaye, beşerî sermaye, kültürel sermaye ve sosyal sermaye** şeklinde ifade edilebilir.

Sermaye kavramının akla gelen ilk anlamı ve en çok anlaşılan biçimi **fiziksel sermaye** üzerinde yoğunlaşmaktadır. Geçmişte ekonomi teorilerinin de temel olarak sermayenin bu biçimi üzerinden hareket ettiği vurgulanmaktadır. Ayrıca fiziksel sermaye, dar anlamda “para ve paranın satın alabileceği maddi birikimler” şeklinde algılanmaktadır. Ancak fiziksel sermayenin sadece finansal anlamda parayla sınırlı olmadığı, daha geniş anlamda maddi olan ve üretimde kullanılan kaynaklara da göndermede bulunduğu unutulmamalıdır (Karagül, 2012, s. 61-63). Dolayısıyla fiziksel sermaye kavramı klasik anlamıyla parayla sınırlı olmayıp, üretimde kullanılan bütün maddi varlıkları kapsamaktadır.

Sermaye biçimleri arasında **beşerî sermaye** de sıklıkla gündeme gelen bir diğer formdur. Becker (1994, s. 15-16), eğitim, öğretim ve sağlık gibi harcamaların, beşerî sermaye üretmeye yönelik yatırımlar olduğunu belirtmektedir. Özellikle yeni ekonomik

kalkınma teorilerinin sıklıkla üzerinde durduğu beşerî sermaye, genellikle işgücünün sahip olduğu bilgi ve beceriler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Klasik kalkınma teorilerinin ekonomik büyüme oranlarını sadece fiziksel sermayeye dayalı açıklamaları, yeni kalkınma teorileri açısından beşerî sermayenin üzerinde durulmasına sebep olmuştur. Zaman zaman sağlık ve beslenme gibi işgücünün refah düzeyiyle ilgili unsurlar da beşerî sermayenin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Bu anlamda beşerî sermaye birikimi, işgücü başına toplam tasarrufların eğitim, mesleki eğitim, sağlık vb. alanlara yatırılmasına bağlıdır. Yeni kalkınma teorilerinin bakış açısıyla ekonomik üretimde sadece fiziksel değil aynı zamanda beşerî sermaye üretimi söz konusudur (Easterly ve Wetzel, 1989, s. 4-5).

Fransız sosyolog Pierre Bourdieu'nun *Forms of Capital* başlıklı makalesinde kavramsallaştırdığı **kültürel sermaye**, bir diğer sermaye biçimi olarak değerlendirilmektedir. Bourdieu ilgili çalışmada, beşerî sermaye yatırımının verimlilik artırıcı etkileri gibi çeşitli sonuçlarının anlaşılmasında sadece maddi unsurların (eğitime harcanan para, eğitime harcanan zamanın parasal karşılığı vb.) referans alınmasını eleştirerek, kültürel sermaye kavramını ileri sürmektedir. Bourdieu'nun sermaye konusuna bakışı sınıf temellidir. Bu yaklaşımıyla sermaye biçimlerini sınıflar arası eşitsizliğin yeniden üretimi üzerinden okumakta ve beşerî sermayeye ilişkin geliştirilen maddi temelli bakış açısının sınıflar arası eşitsizliği gizlediğini öne sürmektedir. Kültürel sermaye düşüncesini aynı temelden hareket ederek ortaya atmakta ve taşıdığı içerimler nedeniyle diğer sermaye türleriyle birlikte kültürel sermayenin de değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bourdieu, kültürel sermayenin üç temel form içinde var olabileceğini dile getirir. Bunlardan birincisi *vücutlaşmış form* (*embodied state*) şeklinde ifade edilen akıl ve bedenin uzun sürede elde ettiği birikimlerdir. İkincisi *metalaşmış form* (*objectified state*) olarak adlandırılan kültürel ürünler (kitaplar, resimler, sözlükler, enstrümanlar, makinalar vb.) şeklindedir. Üçüncüsü ise *kurumlaşmış form* (*institutionalized state*) olarak ifade edilmektedir. Bourdieu kültürel sermayenin kurumlaşmış formunun, metalaşmış formun bir türü olduğunu vurgulamakla birlikte, eğitim yeterliliklerinin (educational qualifications) kültürel sermayeye sağladığı orijinal özellikler nedeniyle ayrıca değerlendirilmesinin zorunlu olduğunu vurgulamaktadır (Bourdieu, 1986, s. 243). Bu haliyle kültürel

sermaye; bireyin farklı yollardan (aile, eğitim, sınıf vb.) ve belirli bir süreç içinde edindiği özdeksel ve tinsel ürünlere işaret etmektedir.

Diğer yandan literatür incelendiğinde, sermaye kavramına ilişkin nitelermelerde çeşitlilik söz konusudur. Buna göre; *entelektüel sermaye*, *bilgi sermayesi*, *manevi sermaye*, *zaman sermayesi*, *doğa sermayesi* vb. (Karagül, 2012, s. 63-69) nitelermelerden bahsedilebilir. Ancak gerek çalışmanın kapsamı bakımından gerekse daha önce açıklanmış olan üç sermaye biçiminin (fiziksel, beşerî ve kültürel) kapsayıcılığı açısından, diğer sermaye biçimlerinin açıklanmasına gerek olmadığı düşünülmektedir. Belirtilen dört sermaye biçiminden sonuncusu olan ve çalışmanın da merkezini oluşturan sosyal sermaye ise ayrıca incelenecektir.

1.3. Sosyal Sermaye Tanımları

Sosyal bilimlerin pek çok kavramı gibi sosyal sermayenin tanımlanmasında da tek ve nihai bir tanımın söz konusu olmadığını belirtmek gerekmektedir. Hatta konuyla ilgilenen teorisyen sayısı kadar, sosyal sermaye tanımı bulunduğu ileri sürülebilir. Tanımlamalarda belirli ölçüde farklılıklar bulunmakla birlikte, ortak bazı noktaların da bulunduğu belirtilmelidir.

Bu bağlamda sosyal sermayenin tanımlanmasında bulunan en belirgin ortak yön, sosyal ilişkilerin üretken faydalarına odaklanmasıdır. Literatürde söz konusu olan tanım çeşitliliği, sosyal sermayenin sahip olduğu bağlamsal özellik ile kavramsallaştırılması ve operasyonel hale getirilmesi konusundaki karmaşıklıklardan kaynaklanmaktadır (Claridge, 2004).

Foley ve Edwards (1997, s. 551), sosyal sermayeye ilişkin tanım çeşitliliğinin, farklı ya da hatalı kullanımların arkasında yatan nedenlerin; eksik kuramlaştırma ve aşırı basitleştirme eğilimi olduğunu belirtmektedir. Ayrıca sosyal sermayenin kavramsallaştırılması konusundaki karmaşıklık ve farklılıkların temelinde, ideolojik sebeplerin yattığı da dile getirilmektedir (Dolfsma ve Dannreuther, 2003, s. 406). Diğer taraftan sosyal sermaye literatürünün gelişiminde etkili olan kuramcılarının ve araştırmacıların farklı disiplinlerden gelmeleri, ortaya çıkan farklılıkların ardındaki önemli nedenler arasında gösterilmektedir (Adam ve Roncevic, 2003, s. 158).

Bu bağlamda sosyal sermayenin ele alınışındaki farklılıkların ortaya konulması ve tanımlamaların özetlenmesi açısından aşağıdaki tabloya yer verilmektedir.

Tablo 1. Sosyal Sermaye Tanımları

Dışsal/ İçsel	Yazar	Sosyal Sermaye Tanımı
Dışsal	Baker	Aktörlerin belirli sosyal yapılardan türettikleri ve daha sonra çıkarları doğrultusunda kullandıkları bir kaynaktır (1990. s. 619).
	Belliveau, O'Reilly ve Wade	Bireyin şahsi bağlantıları ve seçkin kurumsal üyelikleridir (1996, s. 1572).
	Bourdieu	Karşılıklı tanıdıklık ya da tanımanın az ya da çok kurumlaşmış ilişkilerinden oluşan kalıcı bir ağa sahip olmaya dayalı, fiili ya da potansiyel kaynakların toplamıdır (1986, s. 248).
		Toplumsal zorunluluklardan (ilişkiler) meydana gelen, belirli koşullar altında ekonomik sermayeye çevrilebilen ve çeşitli soyluluk unvanlarıyla kurumlaştırılabilir (1986, s. 243).
	Bourdieu ve Wacquant	Birey veya grubun sahip olduğu az ya da çok kurumlaşmış ilişkilerinin oluşturduğu kalıcı iletişim ağından elde edilen güncel veya gerçek kaynakların toplamıdır (1992, s. 119)
	Boxman, De Graaf ve Flap	Destek vermesi beklenebilecek kişilerin sayısı ve bu kişilerin sahip olduğu, kullanıma sunabileceği kaynakları (1991, s. 52).
	Burt	Arkadaşlar, meslektaşlar, ekonomik ve beşerî sermayenizi kullanma imkânı verdiğiniz daha genel tanıdıklardır (1992, s. 9).
	Knoke	Sosyal aktörlerin diğer sosyal aktörlerin kaynaklarına erişebilmek için örgüt içinde ve örgütler arasında ağ bağlantıları oluşturup bunları harekete geçirme süreci (1999, s. 18).
İçsel	Portes	Aktörlerin sosyal ağlara ya da diğer toplumsal yapılara üye olması nedeniyle güvenilir menfaatler temin etme kabiliyetidir (1998, s. 6).
	Brehm ve Rahm	Kolektif eylem sorunlarının çözümünü kolaylaştıran vatandaşlar arasındaki iş birliği ilişkileri ağı (1997, s. 999).
	Coleman	Sosyal sermaye işleviyle tanımlanır. Tek bir varlık değildir, çeşitli varlıkların bir varyasyonu olarak genelde iki karakteristiği bulunur: Sosyal yapının bazı görünümünü meydana getirir ve yapı içindeki bireyin belirli eylemlerini kolaylaştırır (1990, 302).
	Fukuyama	İnsanların gruplar ve örgütlerde ortak amaçlar için birlikte çalışabilme yeteneği (1995, s. 10).
		Grup üyeleri arasında paylaşılan belirli bir dizi enformel değer veya normun varlığı (1997).
	Inglehart	Gönüllü derneklerin geniş ağlarında ortaya çıkan güven ve hoşgörü kültürü (1997: 18).
	Portes ve	Ekonomik alana yönlendirilmesi bile, topluluk üyelerinin ekonomik

	Sensenbrenner	hedeflerini ve hedef arama davranışlarını etkileyen, kolektivite içinde hareket etme beklentileridir (1993, s. 1323).
	Putnam	İletişim ağları, normlar, toplumsal güven gibi ortak fayda için koordinasyonu ve iş birliğini kolaylaştıran toplumsal örgütlenmenin özellikleridir (1995, s. 67).
	Thomas	Kolektif bütünlüğü arttıran sivil toplum içinde gelişen gönüllü araçlar ve süreçlerdir (1996, s.11).
İçsel ve Dışsal	Loury	Piyasada değer verilen beceri ve niteliklerin kazanılmasını teşvik eden ya da destekleyen kişiler arasında doğal olarak oluşan sosyal ilişkiler ... toplumdaki eşitsizliğin sürdürülmesinde finansal miras kadar önem taşıyan bir varlık (1992, s. 100).
	Nahapiet ve Goshal	Bireylerin veya toplumsal birimlerin sahip olduğu ilişkiler ağı içine gömülü ve hazır bulunan, bu ilişki ağlarından kaynaklı fiili ve potansiyel kaynakların toplamıdır. Böylelikle hem ilişki ağlarını hem de ilişki ağları vasıtasıyla harekete geçirilebilecek varlıkları içerir (1998, 243).
	Pennar	Bireysel davranışı ve dolayısıyla ekonomik büyümeyi etkileyen sosyal ilişkiler ağı (1997, s.154).
	Schiff	İnsanlar arasındaki ilişkileri etkileyen, üretimin girdisi ya da delili ve/veya yararlı işlevi durumunda olan, sosyal yapının belirli unsurlarıdır (1992, s. 160).
	Woolcock	Kişinin sosyal ağlarında karşılıklı olarak bulunan bilgi, güven ve normlardır (1998, s. 153).

Kaynak: Adler ve Kwon, 2002, s. 20.

Daha önce belirtildiği üzere, kavramın tanımlanmasındaki farklılıklar temel olarak yaklaşımın hangi disiplin açısından ele alındığıyla doğrudan ilgilidir. Dolayısıyla sosyal sermaye ele alınış biçimine göre; yönetsel, örgütsel, işlevsel ya da sosyolojik açıdan yapısal, kolektif veya bireysel olarak ele alınabilmektedir. Tablo 1’de görüldüğü gibi, sosyal sermayenin bir dizi farklı tanımı söz konusudur. Bu noktada sosyal sermayeye ilişkin tabloda yer almayan bazı tanımlamalara da yer vermek gerekmektedir.

Nan Lin, 1999 yılında yayınladığı çalışmasında sosyal sermayeyi “beklenen getirileriyle birlikte sosyal ilişkilere yapılan yatırım” (2010, s. 176) olarak tanımlamaktadır.

Field (2008, s. 1) ise kavramı “insanlar bir dizi iletişim ağıyla birbirlerine bağlanmaktadır ve ortak değerleri bu iletişim ağlarının diğer üyeleriyle paylaşma eğilimindedirler, bu iletişim ağları bir kaynak oluşturmaları nedeniyle, bir nevi sermaye oluşumu olarak görülebilir” şeklinde açıklamaktadır.

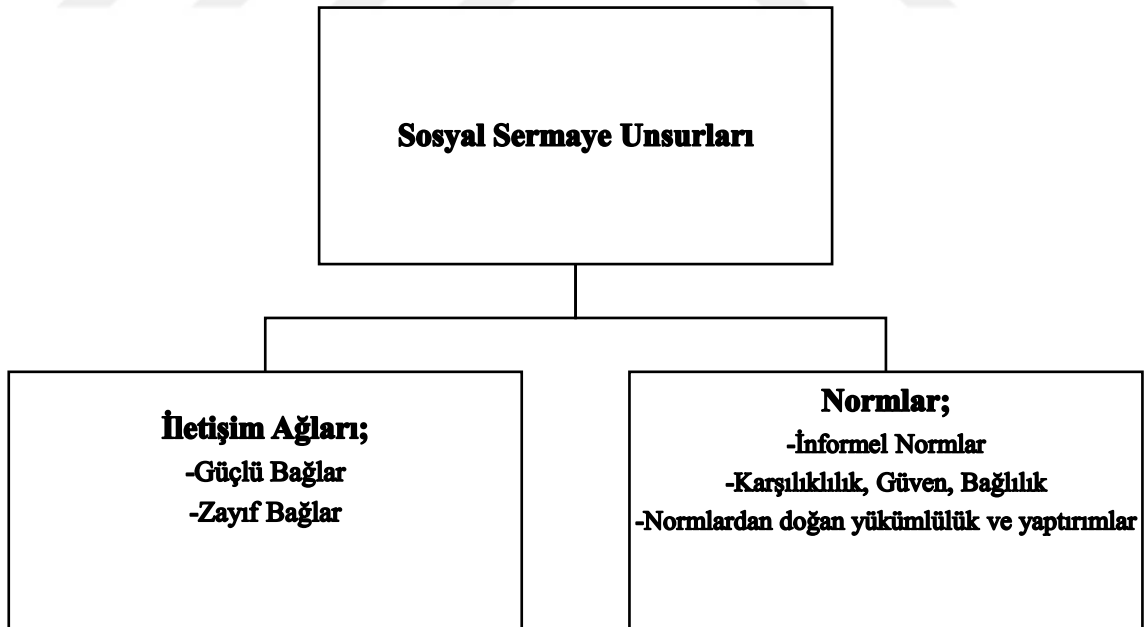
Konu üzerine yoğunlaşan kuruluşlardan biri olan OECD (2001, s. 41) ise sosyal sermayeyi, grup içi veya gruplar arasında iş birliğini kolaylaştıran karşılıklı olarak paylaşılan norm, değer ve anlayışlar şeklinde tanımlamaktadır.

Ayrıca ortaya çıkan tanımlarda sosyal sermayenin; birtakım unsurlarının açıklandığı anlaşılmaktadır. İfade edilen bu ayrımlar, sosyal sermayenin unsurları başlığında açıklanmaya çalışılacaktır.

1.4. Sosyal Sermayenin Unsurları

Sosyal sermayenin tanımlanması konusundaki farklılıklar, kavramın ele alınması ve analiz edilmesinde farklı unsurların merkeze alınması sonucunu doğurmaktadır. Bu bağlamda farklı yazarlar tarafından sosyal sermayenin göstergeleri olarak ele alınan unsurlar çalışmada; temel olarak iletişim ağları ve normlar biçiminde değerlendirilmektedir. Şekil 1’de sosyal sermayeyi oluşturan unsurlar, özet olarak verilmektedir.

Şekil 1. Sosyal Sermaye Unsurları



Bu bağlamda sosyal sermayeyi “en az iki taraf arasında kurulabilen güvene dayalı, yatay (aynı toplum kesimleri arası) ve dikey (yönetenle yönetilen, farklı toplum kesimleri arası) karakterli ilişkilerin yoğunluğu” şeklinde tanımlayan Karagül (2012, s.

93), sosyal sermayeyi oluşturan unsurların *sosyal normlar, güven ve iletişim ağları* şeklinde açıklandığını belirtmektedir.

Şekilde 1’de görüldüğü gibi sosyal sermayeyi iletişim ağları ve normlar oluşturmaktadır. İletişim ağları, güçlü bağlar ve zayıf bağlar şeklinde sınıflandırılmaktadır. Sosyal sermayeyi oluşturan ikinci unsur ise normlardır. Normlar ile asıl kastedilen genelde informel normlardır. Güven, karşılıklılık gibi ögeler ve bunlardan doğan yükümlülük ve yaptırımlar; normlar başlığında değerlendirilmektedir. Ancak sosyal sermaye açıklamalarında güven, iletişim ağları ve normlar ile birlikte ön plana çıkartılan unsurlar arasında yer alması nedeniyle ayrı bir başlıkta ele alınmaktadır.

1.4.1. Güven

TDK (2017) tarafından “korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu, itimat” şeklinde tanımlanan *güven*, sosyal sermaye konusundaki temel çalışmaların üzerinde en fazla durduğu unsurlardan biridir. İnsanın güven ihtiyacı ilk insandan beri söz konusu olmakla birlikte, tarihsel süreçte yaşanan dönüşümler sonucu farklılaşmıştır. İlk zamanlarda hayatta kalma dürtüsüyle bağlantılı olarak düşünebileceğimiz güven, ortaya çıkan toplumsal yaşamla birlikte kolektif yaşamı tesis eden önemli bir unsur olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bireyin “canına, malına, kişilik haklarına, yakınlarına, sevdiklerine ve de kutsal addettiği değerlerine hiçbir şekilde saldırı olabileceğine ihtimal vermemesi ya da küçükte olsa böyle bir ihtimale karşı çevresinden yardım alabileceğine inanması... güven ortamının” (Karagül, 2012, s. 95) bulunduğunu göstermektedir. Bu nedenle güven, “insanların toplumsal hayatta ihtiyaç duyduğu ve elde etmeye çalıştığı en temel duygudur” (Aslan, 2016, s. 187).

Dolayısıyla bireylerin karşılıklı ilişkilerinin yaşamlarının çeşitli yönleri bakımından önemli etkiler barındırdığını vurgulayan sosyal sermaye yaklaşımı açısından güven, ifade edilen karşılıklı ilişkilerin gerçekleşebilmesinin zeminini oluşturmaktadır (Karagül, 2012, s. 95).

Öte yandan “sosyal bilimlerdeki kültürel dönüşün” yani “sosyal davranışın kültürel yönüne gösterilen belirgin önemin” bireyi merkeze alan mikro düzey çalışmalara yönelimi arttırdığını belirten Field (2008, s. 11), bu çalışmalar arasında güven kavramı

üzerine çalışan birçok sosyal bilimcinin¹ sosyal sermaye yaklaşımına olan ilgiyi arttırdığını dile getirmektedir.

Diğer taraftan sosyal sermaye konusundaki temel kuramcılar arasında adı zikredilen Bourdieu'nun, güven konusunda doğrudan ifadeleri bulunmamasına karşılık, "toplumsal yeniden üretim tartışmasında üstü örtülü biçimde söz ettiği" belirtilmektedir. Buna göre "faydalanacakları bağlantıları genişletmek için toplanan veya başka aileler arasında kız alıp veren insanlar bunu ancak güven temeline dayanarak yapmaktadırlar" (Field, 2008, s. 88). Yine de Bourdieu'nun sosyal sermaye unsurlarından biri olarak değerlendirilen güven konusunda yaptığı katkının dolaylı ve oldukça sınırlı olduğu belirtilmelidir.

Bu bağlamda güven unsurunu sosyal sermaye yaklaşımının içerisine ikame eden temel kuramcılar arasında James Coleman ismi zikredilebilir. Sosyal yapıdaki aktörlerin toplumsal eylemlerinde güvenin önemli bir rolü bulunduğunu dile getiren Coleman (1990, s. 307), bireylerin güvenilirliklerini karşılıklı güven sistemini oluşturan sosyal sermaye türlerinden biri olarak ifade etmektedir. Sosyal sermaye "karşılıklılık beklentilerini içeren, ilişkilerin yüksek derecede güvenle ve ortak değerlerle yönetildiği, daha geniş iletişim ağlarını kapsayan bir kaynağı" temsil etmektedir (Field, 2008, s. 28). Dolayısıyla Coleman sosyal sermayenin ortaya çıkmasında toplumsal aktörler arasındaki yüksek derecede güvene vurgu yapmaktadır.

Sosyal sermaye literatüründe güven unsurunu ön plana çıkaran bir diğer isim Robert Putnam'dır. Sosyal sermayenin toplumsal örgütlenmenin iletişim ağları, normlar ve güven gibi özelliklerine atıfta bulunduğunu belirten Putnam, Leonardi ve Nanetti (1993, s. 167), üyelerinin birbirine güven duyduğu grupların ortak amaçlara ulaşmada daha başarılı olabileceklerini vurgulamaktadır. Bu bağlamda Putnam ve diğerleri (1993, s. 170-171) sosyal sermayenin temel bileşeni olarak güven unsurunu görmektedir. Güvenin temsil ettiği sosyal sermayenin diğer geleneksel sermaye biçimlerinden farklı olarak bir kamu malı olduğu vurgulanırken, kişilerarası güvenin toplumsal güvene dönüştüğü ifade edilmektedir. Dolayısıyla Putnam ticari işlemlerden, günlük yaşam içinde gerçekleşen bütün etkileşimlerde -yani toplumsal yaşamda- güvenin vazgeçilmez bir konumu olduğunu dile getirir.

¹ Field (2008, s. 11) bu sosyal bilimcileri Beck ve Beck-Gernsheim, Giddens, Jameson, Luhmann, Misztal, Sztopmka şeklinde sıralamaktadır. Ancak Misztal ve Stompka haricindeki isimlerin sosyal sermaye hakkında çok az şey söylediklerini vurgulamaktadır.

Sosyal sermaye yaklaşımı içerisinde güven unsuru üzerinde duran isimlerden bir diğeri olan Francis Fukuyama, “sosyal sermayeyi güven duygusunun üzerine inşa edilmiş bir kavram olarak ele almakta hatta güven ile sosyal sermayeyi birbirlerinin yerine kullanmaktadır” (Tüysüz, 2011, s. 15). Güvenin farklı kültürlerde farklı derecelerde ortaya çıkabileceğini belirtmesine karşın toplumun var olmasının güvene bağlı olduğunun altını çizmektedir. Dolayısıyla sosyal sermaye bir toplumda veya toplumun belirli bir kısmında güvenin egemen olmasından kaynaklanan bir kapasitedir. Bu bağlamda sosyal sermayenin diğer sermaye biçimlerinden ayrıldığını vurgulayan Fukuyama (1996, s. 26), ekonomistlerin sosyal grupların oluşumundaki rasyonel seçime dayalı açıklamalarında (ekonomik faaliyetler, ticari işlemler vb.) güven unsurunun zorunlu olmadığını belirterek, sosyal sermayenin güvene dayalı olan toplumsal yönünü vurgulamaktadır.

Portes (1998, s. 9) ise bir sosyal sermaye kaynağı olarak güvenin, ticari işlemlerin tarafları açısından oldukça verimli olduğunu belirtmektedir. Alıcı konumundakiler açısından kaynaklara erişim kolaylaşırken, satıcılar açısından ise suistimallere karşı garanti sağladığından işlemlerin daha kolay onaylanmasını ve hızlanmasını sağlamaktadır.

Özetlemek gerekirse güven unsuru, sosyal sermayenin temel kuramcıları olarak ifade edilen isimler tarafından çeşitli bakımlardan ön plana çıkartılmış ya da ima edilmiştir. Güven, genel anlamda diğer unsurlarla birlikte sosyal sermayenin bir alt boyutu olarak ele alınmaktadır. Ancak kimi durumlarda güven, sosyal sermaye ile özdeş sayılan, kimi durumlardaysa sosyal sermayenin kaynağı olarak görülen ya da sosyal sermayenin temel analiz unsuru olarak kabul edilen, hatta ölçülmesinde yegâne gösterge olarak değerlendirilen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca güven unsurunu, bir sonraki başlıkta açıklanacak olan normlar unsurunun içerisinde ele alan değerlendirmeler söz konusudur. Diğer taraftan güvenin sosyal sermayeyi meydana getiren temel unsur ya da ölçüm aracı olup olmadığı, bu unsurun sosyal sermayenin sebepleri arasında değerlendirilmesinden ziyade sonucu olarak görülmesi gerektiği şeklindeki tartışmalar da bulunmaktadır.

1.4.2. Normlar

Kelime anlamı olarak “yargılama ve değerlendirmenin kendisine göre yapıldığı ölçüt, uyulması gereken kural, düzgü”; “önceden belirlenmiş kalıp, düzgü” (TDK, 2017) şeklinde ifade edilen norm kavramı, sosyal sermayenin bir diğer unsurudur. Dolayısıyla “bir toplumda bireylerin belirli yer, zaman ve olaylar karşısında nasıl düşünmeleri ve davranmaları gerektiğini belirleyen ve hatta öyle davranmaya zorlayan kuralların sosyal norm” şeklinde adlandırılabilirliğini belirten Karagül (2012, s. 93-94), bu kurallar bütünü, yazılı (kanunlar, tüzükler, yönetmelikler vb.) ve yazılı olmayan (örf, adet, görenek, din kuralları) kurallar şeklinde ele alınabileceğini belirtmektedir.

Sosyal normlar, sağladığı toplumsal kontrol mekanizmasıyla bir dizi hukuki yaptırımın gerekliliğini ortadan kaldırmaktadır. Sosyal normlar, hem belirli bir toplumsal bağlamda beklenen davranış kalıplarının belirlenmesi hem de değerli ve toplumsal kabul gören davranış biçimlerinin tanımlanması için kullanılan, genellikle yazılı olmayan kurallardır (Onyx ve Bullen, 2000, s. 25). Bu normlar toplumsal yaşamın bütün boyutlarında son derece büyük bir önem taşımaktadır. İnsan bencil olduğu kadar, topluluklara aidiyet ihtiyacı taşıyan bir varlıktır ve insanları diğer insanlara bağlayan norm ve kuralların olmadığı durumlarda (Durkheim’in anomi olarak isimlendirdiği durumda) şiddetli biçimde kaygı ortaya çıkmaktadır (Fukuyama, 1996, s. 6).

Bu bağlamda, sosyal sermaye yaklaşımı içerisinde toplumsal normlar, sıklıkla vurgulanan bir unsur olarak yer almaktadır. Sosyal sermayenin temel kuramcıları olarak ifade edilen isimlerin, normları yaklaşım içinde nasıl ele aldıkları aşağıda açıklanmaktadır.

Pierre Bourdieu, sermaye biçimlerini ele alan yaklaşımında doğrudan normlardan bahsetmemekle birlikte, kendine has sosyolojisinde bahsettiği alan kavramı bu bağlamda değerlendirilebilir. Bourdieu (2015, s. 62-63)’nın alan kavramı, “edebiyat, sanat veya bilim [vb.] üreten, yeniden üreten veya yayan kurum ve faillerin içerisinde konumlandıkları bir evreni” temsil etmektedir. Ayrıca bahsedilen alanlar “diğerleri gibi bir sosyal dünyadır ancak az veya çok daha hususi sosyal yasalara riayet eden bir dünyadır.” Dolayısıyla alan kavramının, “kendine özgü yasalarla donanmış mikrokozmosu [alan ve alt alanları] işaret ettiği” ve “kısmi bir özerkliğe sahip olduğu” anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, Bourdieu’nun birbirleriyle etkileşim içinde bulunan, her

birinin kendine özgü mantığı ve kurallarının bulunduğu, çok sayıda alan ve alt alandan bahsettiği görülmektedir. Dolayısıyla bu açıklamada görüldüğü üzere, aktörler arası sermaye biçimlerinin mübadelesi, her birinin kendine özgü kurallarının bulunduğu alanlar içinde gerçekleşmektedir.

Diğer taraftan Onxy ve Bullen (2000, s. 25), hem Coleman hem de Putnam'ın sosyal sermaye açıklamalarında doğrudan sosyal normlara başvurdıklarını ifade etmektedir.

Coleman (1988, s. 104-105) ilgili çalışmasında normların etkili bir biçimde var olduğu durumlarda, güçlü bir sosyal sermaye biçimi oluşturduğunu dile getirmektedir. Suçu yasaklayan etkili normlar insanların geceleri sokaklarda özgürce yürümesini sağlamakta, yaşlı insanların evlerinden güven içinde çıkmalarına olanak sağlamaktadır. Ayrıca ödüllendirmeyi destekleyen ve sağlayan etkin normlar okul başarısı üzerinde önemli ölçüde etkili olmaktadır. Diğer taraftan bazı normlar topluluk çıkarları için bireysel çıkarlardan vazgeçilmesini sağlamaktadır. Sosyal destek, statü, onur ve diğer birtakım ödüllerle desteklenen bu tür normlar sosyal sermayedir. Aile reisini bireysel çıkarlardan ailenin çıkarlarına yönlendiren, toplumsal liderlerin kamusal fayda için çalışmasını sağlayan bu tür normlardır. Toplumsal faydaya yönelik eylemler ödüllendirilirken, kişisel çikara dayalı eylemler kınanarak bu tür normlar benimsetilmektedir. Bu bağlamda sosyal sermaye olarak ele alınan normlar bir taraftan belirli tür eylemleri teşvik ederken, diğer taraftan belirli tür eylemleri sınırlandırmaktadır.

Robert Putnam da sosyal sermayenin meydana gelmesinde normlara sıklıkla vurgu yaparken Coleman'ın paralelinde yer alarak, toplumsal güveni ortaya çıkartan iki unsurdan birinin karşılıklılık normları olduğunu vurgulamaktadır. Normlar kalıplaştırma, sosyalizasyon ve yaptırımlar yoluyla telkin edilmektedir. Sosyal güveni destekleyen türde normlar işlem maliyetlerini düşürdükleri ve iş birliğini kolaylaştırdıkları için gelişmektedir ve bu normların en önemlisi karşılıklılıktır. Karşılıklılık iki türde ele alınmaktadır: dengeli (ya da spesifik) karşılıklılık ve genelleştirilmiş karşılıklılık. Dengeli karşılıklılık, eş zamanlı olarak gerçekleşen değişim ilişkilerini ifade ederken, genelleştirilmiş karşılıklılık, herhangi bir zamanda karşılıksız veya dengesiz olan değişim ilişkilerine (borcun ilerleyen bir zamanda geri ödenmesi veya dostluk ilişkileri gibi) karşılık gelmektedir. Bu bağlamda genelleştirilmiş karşılıklılık normu, sosyal sermayenin oldukça üretken bir bileşenidir. Bu normu

uygulayan topluluklar fırsatçılığı sınırlandırarak, toplumsal eylem sorunlarını aşabilmektedir. Genelleştirilmiş karşılıklılık normu, kişisel çıkarlar ile toplumsal dayanışma arasındaki çatışmanın uzlaştırılmasına hizmet etmektedir (Putnam, Leonardi, ve Nonetti, 1993, s. 171-172).

Sosyal sermayeyi “iki ya da daha fazla birey arasında iş birliğini destekleyen somutlaşmış gayri resmi norm” şeklinde tanımlayan Fukuyama (2010, s. 144), bu normların “iki arkadaş arasındaki karşılıklı davranış normlarından, Hristiyanlık ve Konfüçyüsçülük gibi karmaşık ve açıkça ifade edilen doktrinlere kadar uzandığını” belirtmektedir. Ayrıca somutlaşmış normlar, “sadece sosyal sermayeyi oluşturmakla kalmamalı; gruplarda iş birliğine de yol açmalı ve bu nedenle dürüstlük, bağlılığın, güvenilir olarak görevlerin yerine getirilmesinin, karşılıklılığın korunması ve benzeri gibi geleneksel değerlerle ilişkili olmalıdır.” Dolayısıyla Fukuyama’nın ifade ettiği somutlaşmış normları içeren sosyal sermayeyle ilişkilendirilen “güven, ağ, sivil toplum ve benzerleri sosyal sermayenin sonuçları olarak ortaya çıkan gölge unsurlar” olarak değerlendirilmekte ve bu unsurların sosyal sermayenin “kendisini oluşturmadığı” vurgulanmaktadır.

Dolayısıyla normlar, aktörlerin toplumsal yaşamda birlikte hareket etmelerini sağlayan, kolektif eylemi kolaylaştıran ve genellikle yazılı olmayan kuralları ima eden anlam sistemleri olarak ele alınmaktadır. Bu yönüyle normların, sosyal sermaye olarak ifade edilen toplumsal ilişkilerin oluşmasına zemin hazırlayan bir unsur olarak değerlendirildiği anlaşılmaktadır.

1.4.3. İletişim Ağları

Sosyal sermaye yaklaşımında ele alınan ve çalışmanın da merkezi ilgisini oluşturan bir diğer unsur, iletişim ağlarıdır. Yaklaşım içinde iletişim ağları, zayıf bağlar ve güçlü bağları kapsamaktadır. Zayıf ve güçlü bağlarla ilgili açıklamalardan önce iletişim ağları unsurunun açıklanması gerekmektedir.

İngilizce’de *network* olarak kullanılan kelime, dilimizde sözlük anlamı olarak “ağ, şebeke, iletişim ağı, ağ örgüsü” kelimelerine karşılık gelmektedir. Dolayısıyla kelimenin sosyal sermaye literatürü açısından ifade ettiği anlamın, bir aktörün diğer aktörlerle kurduğu ilişki örüntülerinin toplamını kastettiği söylenebilir.

Kişilerarası ağlar, bireyleri birbirlerine bağlayan iletişim kanalları sistemi olarak düşünülebilir. Bu ağlar yakın ve sıkı ilişkilerden oluşabileceği gibi, daha uzak ya da geniş kapsamlı bağlantıları içeren bir yapıda da olabilir. Uzun ya da kısa vadeli kişisel ilişkiler, ağlar içinde ortaya çıkan özelliklerdir. Ağ nosyonu içinde kişisel ilişkiler merkezi bir konudur. Kişisel ilişkiler, anlaşmaların dışsal yaptırım gücüne dayanmaksızın güven içermektedir (Dasgupta, 2007, s. 67-68).

Bir diğer tanımlamaya göre “iletişim ağları, bir toplumdaki yatay ve dikey kesitte yer alan kişi ve örgütlerin ihtiyaç duydukları vakit birbirleriyle karşılıklı iletişime geçebilmelerine imkân sağlayan; fiziki, yasal, örfi ve davranış şekillerine bağlı imkân ve ortamlardan oluşmaktadır” (Karagül, 2012, s. 96).

Dolayısıyla sosyal sermayenin temel fikri, yukarıda ifade edilen iletişim ağlarının günlük yaşamda işleri kolaylaştırmasına dayanmaktadır:

“İnsanlar bir şeylerin olmasını istediklerinde, çoğunlukla resmi sistemden kaçınıp, tanıdıkları insanlarla konuşmayı tercih ederler. Güvenilir arkadaşlara, aileye veya tanıdıklara başvurmak bürokrasiyle uğraşmaktan daha az streslidir ve bunun genellikle daha hızlı ve daha iyi sonuç verdiği görülmektedir. Bu nedenle insanların iletişim ağları gerçekten önemlidir. Çok klişe gözükse bile, ne bildiğin değil kimi tanıdığın önemlidir” (Field, 2008, s. 3).

Bu noktada Bourdieu (1986, s. 21) tarafından yapılan tanımlama hatırlanacak olursa sosyal sermaye; “karşılıklı tanıdıklık ya da tanımanın az ya da çok kurumlaşmış ilişkilerinden oluşan kalıcı bir ağa sahip olmaya dayalı, fiili ya da potansiyel kaynakların toplamı” şeklinde açıklanmaktaydı. Bu bağlamda Portes (1998, s. 3-4), Bourdieu’nun tanımlamasından yola çıkarak sosyal ağların doğal olarak verili durumda bulunmadıklarını ve grup ilişkilerinin kurumlaşmasına yönelik yatırım stratejileriyle inşa edilmesinin zorunlu olduğunu dile getirmektedir. Böylelikle Bourdieu’nun tanımı sosyal sermayenin iki ögeye ayrılabilceğini ortaya koymaktadır: Birincisi, bireylere çevrelerindeki insanların sahip oldukları kaynaklara erişim talep etmeleri imkânı sağlayan sosyal ilişkilerdir. İkincisi ise bu kaynakların kalitesi ve miktarıdır. Bu bağlamda Bourdieu (1986, s. 21)’nin sosyal sermaye yaklaşımı içinde, ağların önemini vurgulayan aşağıdaki ifadelerinin altı çizilmelidir:

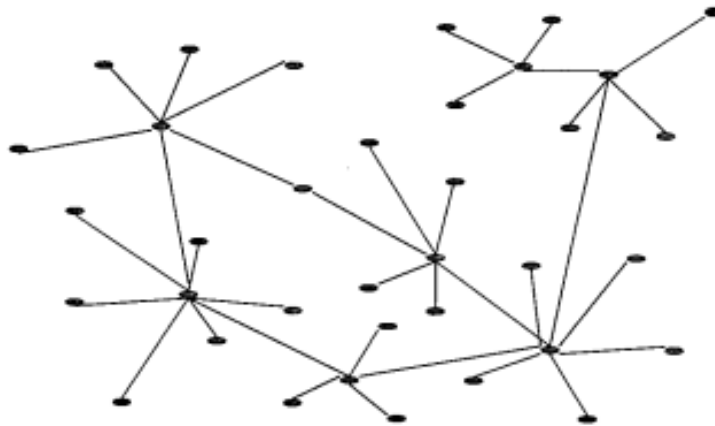
“Belirli bir aktörün sosyal sermayesinin büyüklüğü, etkili olarak harekete geçirebileceği bağlantı ağının büyüklüğüne ve bağlantıda olduğu aktörlerin sahip olduğu sermayenin (ekonomik, kültürel veya simgesel) hacmine bağlıdır. Sosyal sermaye belirli bir aktör veya aktörün bağlı olduğu

aktörlerin kümesinin sahip olduğu ekonomik ve kültürel sermayeye nispeten indirgenemez olmasına rağmen, ondan tamamen bağımsız değildir.... O [*sosyal sermaye*], aktörün kendisinin sahip olduğu sermaye üzerinde çarpan etkisi göstermektedir.”

Dolayısıyla Bourdieu iletişim ağlarının sosyal sermayeden bağımsız olarak değerlendirilemeyeceğini gerek sosyal sermaye üzerinde gerekse de sahip olunan diğer sermaye biçimleri üzerinde “çarpan etkisi” olarak adlandırdığı, büyütücü bir etkisinin bulunduğunu belirtmektedir. Bu noktada sahip olunan bağlantıların miktarı ve kalitesi de önemli hale gelmektedir. Yani niceliksel olarak sahip olunan bağlantı sayısı tek başına yeterli olmamakta, bu bağlantıların nitelikleri olarak ifade edilen sahip oldukları sermaye biçimleri de dikkate alınmaktadır.

Ağları “sıradan piyasa işlemleri için zorunlu olanların ötesinde informal norm ve değerleri paylaşan bireysel temsilcilerden oluşan bir grup” şeklinde açıklayan Fukuyama (1997, s. 437) ise tanımdan ortaya çıkan normlar ve değerlerin, iki aktör arasındaki dostluk ilişkisinde bulunan basit karşılıklılık normundan dinler tarafından oluşturulan karmaşık değerler sistemine kadar uzanabileceğini dile getirmektedir. Bu doğrultuda sosyal sermayenin yer aldığı ilişki ağları ifadesiyle kastedilen, genellikle hiyerarşik ilişkilerin söz konusu olduğu organizasyonel ağlardan ziyade informal norm ve değerlerin paylaşıldığı ilişki ağlarıdır. Fukuyama’nın bahsettiği bu informal ağlar aşağıdaki şekil ile açıklanmaktadır.

Şekil 2. Ağlar: İnfornel Birlikler



Kaynak: Fukuyama, 1997, s. 437.

Şekilde görülen her bir nokta bir toplumsal aktörü ifade ederken, noktalar arasında görülen çizgiler aktörler arasındaki ilişkileri temsil etmektedir. Bu bağlamda iletişim ağları, genel olarak bir aktörün toplumun farklı kesimlerinden aktörlerle kurduğu ilişkileri yansıtan bir harita şeklinde yorumlanabilir. Haritada yer alan ilişkiler ise çeşitli yönlerden sınıflandırılabilir. Bu haritada; hiyerarşik bakımdan yatay ya da dikey ilişkiler, güçlü ya da zayıf ilişkiler, kapalı ya da açık ilişkiler bulunabilmektedir (Öztaş, 2007). Bu sınıflandırmalar kısaca açıklanacak olursa;

- **Kapalı/açık ilişkiler:** Kapalılık, bağlantıların mensubu olunan grup ile sınırlı kaldığı, yakın ve güçlü ilişkileri ifade ederken; açıklık, bağlantıların mensubu olunan grup ile sınırlı kalmadığı, diğer grup üyeleri ya da bireysel aktörlerle güçlü ya da zayıf bağlantıların söz konusu olduğu ilişkileri ifade etmektedir (Coleman, 1988; Özdemir, 2007)
- **Güçlü/zayıf ilişkiler:** Güçlülük aynı grubun mensuplarıyla ya da diğer aktörlerle oluşan ilişkilerde paylaşılan norm ve değerlerin yoğunluğu ya da fazlalığını ifade eden yakın ve samimi ilişkileri ifade ederken; zayıflık, genellikle grup üyesi olmayanlar ya da diğer bireysel aktörlerle kurulan bağlantıları, informel normlar ya da değerlerin paylaşılmasının sınırlı olduğu, doğrudan ya da dolaylı (örneğin bir arkadaşın arkadaşını tanıma vb.) biçimde kurulan tanıdıklık ilişkilerini ifade etmektedir (Granovetter, 1973; Brown ve Konrad, 2001)
- **Dikey/yatay ilişkiler:** Dikey ilişkiler toplumsal yapı içerisinde üst ya da avantajlı pozisyonlarda/statülerde bulunanlar ile alt ya da aşağı pozisyonlarda/statülerde bulunanlar arasındaki bağlantıları (patron ile çalışanlar, yönetenler ile yönetilenler vb.) ifade ederken; yatay ilişkiler, belirli bir toplumsal bağlamda aynı grup, sınıf ya da statülerde bulunanlar arasındaki bağlantıları ifade etmektedir (Triandis, 1996).

Özetlemek gerekirse, sosyal sermaye literatürünün, toplum üyelerine ve daha geniş düzlemde toplumun geneline pozitif değer sağlayan kişilerarası ağlara odaklanma eğiliminde olduğu görülmektedir (Dasgupta, 2005, s. 12). Bu anlamda sosyal sermayenin bulunduğu yer, aktörler arasındaki iletişim ağlarıdır. Bu ağlar çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir. Bahsedilen diğer unsurlar (güven ve normlar) ise

iletişim ağlarında bulunduğu öngörülen sosyal sermayenin oluşabilmesinin koşulları olarak değerlendirilebilir.

1.5. Sosyal Sermaye Türleri

Sosyal sermayenin kuramlaştırılmasında görülen tanım farklılıkları gibi, sosyal sermayenin türlerinde de birtakım farklılıklar söz konusudur. Bu farklılıkların temelinde de konunun ele alındığı bağlam önemli hale gelmektedir. Bu açıdan sosyal sermaye *bağlayıcı, köprü kuran, bileştirici; yapısal, ilişkisel, bilişsel; rekabetçi, bilişsel, politik; örgüt içi, örgüt dışı; idari, sivil; katı, yumuşak* gibi birtakım türlere ayrılmaktadır. Aşağıda oluşturulan tabloda farklı yazarlar tarafından sosyal sermayenin hangi türde ele alındığı görülmektedir.

Tablo 2. Yazarlara Göre Sosyal Sermaye Türleri

Yazar	Sınıflama	Açıklama
Gittel ve Vidal (1998, s. 15);	– Bağlayıcı	Yakın ve yoğun ilişkilerin söz konusu olduğu etnik örgütlenmeler, dini gruplar (örneğin kiliseye bağlı okuma grupları), kırsal kulüp üyelikleri (örneğin golf, tenis vb. kulüpleri) (Putnam R. D., 2000, s. 21).
Putnam (2000) ²	– Köprü Kuran	Daha uzak ve zayıf ilişkileri kapsayan çeşitli toplumsal hareketler, gençlik hizmet grupları, ekümenik dini organizasyonlar vb. (Putnam R. D., 2000, s. 21).
Woolcock (2000);	– Birleştirici	Düşük sosyal statülerde bulunanlarla formel organizasyonlardaki nüfuz sahibi aktörler arasındaki hiyerarşik bağları temsil etmektedir (bankalar, tarım destek ofisleri, polis teşkilatı vb.) (WorldBank, 2001, s. 128).
World Bank (2001)	– Yapısal	İnsanlar ya da birimler arasındaki bağlantıların kişisel olmayan biçimlerini açıklamaktadır. Aktörler arasındaki tüm bağlantı modelleriyle ilgilenir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998, s. 244).
Nahapiet ve Ghoshal (1998)	– İlişkisel	Aktörlerin ilişkileriyle ilgilenen davranışsal boyuttur. İlişkiler yoluyla yaratılan ve kullanılan varlıklara göndermede bulunur. Temel unsurları; güven, normlar, yaptırımlar, yükümlülükler, kimlik ve özdeşleşmedir. (Nahapiet ve Ghoshal, 1998, s. 244).
	– Bilişsel	Taraflar arasında paylaşılan temsil, yorumlama ve anlam sistemlerini sağlayan kaynakları ifade etmektedir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998, s. 244).

² Putnam (2000, s. 450), sosyal sermayenin formları için kullanılan bağlayıcı (bonding) sosyal sermaye ve köprü kuran (bridging) sosyal sermaye adlandırmalarının Gittel ve Vidal'e ait olduğunu belirtmektedir.

	– Rekabetçi	Eksik rekabet ortamında şirketin yapısal pozisyonunun bir işlevidir. Belirli piyasa aktörlerinin şirkete rekabet ortamında sistematik olarak belirli faydalar sağlamasını ifade eder. Örneğin; tedarikçi ya da alıcıların hareketlerinin bir ticari alışveriş sisteminde bulunan belirli bir oyuncuya bağlı olması (Talmud, 1999, s. 107).
Talmud (1999)	– Politik	Şirket yönetimlerinin belirli politik ağlara üyelikleri sayesinde sahip oldukları stratejik olanakları ifade eder. Bu tür ağlara üyelik şirketler daha fazla kurumsal baskı gücüne sahip olur, devletten veya yerel kuruluşlardan politik koruma elde edilebilir (Talmud, 1999, s. 107).
	– Bilişsel	Ticari örgütlerin içsel süreçleriyle ilgilidir. Şirketlerin (çeşitli kurumsal süreçler yoluyla) örgüt içi ağlarını kullanarak ekonomik eylemlerini kolaylaştırmasına, rekabet gücünü, etkinliğini ve verimliliğini arttırmasına yardımcı olan bir unsurdur (Talmud, 1999, s. 107-108).
Yli-Renko ve diğerleri (2000)	– Örgüt İçi	Şirket içindeki çalışanların ve birimlerin arasındaki ilişkilerin kapsamı ve kalitesi (Yli-Renko, Autio ve Tontti, 2002, s. 283).
	– Örgüt Dışı	Diğer şirketler ve bu şirketleri temsil eden kişiler arasındaki ilişkiler (Yli-Renko, Autio ve Tontti, 2002, s. 283).
Collier (2002)	– İdari	Sözleşmelerin yaptırım gücü, hukukun üstünlüğü, devletin izin verdiği özgürlüklerin kapsamı.
	– Sivil	Ortak değerler, normlar, enformel ağlar, dernek üyelikleri.
	– Katı	Mesleki açıdan değerli getiriler sağlayan kariyer odaklı kaynakları ifade etmektedir. İş hayatındaki performans ve mesleki kaynakların değişimi sürecinden kaynaklanmaktadır. Çalışanlara danışma, bağlantı, koruma sağlayabilir veya motive edici ve önemli terfiler almasını sağlayabilir (Van Emmeric, 2006, s. 25-26).
Hetty van Emmerik (2006)	– Yumuşak	Duygusal destek sağlayan kaynaklardır. Yakın, güvene dayalı arkadaşlık ve sosyal destek unsurlarını içeren anlamlı ilişkilere atıfta bulunmaktadır. Özsaygı ve mesleki kimliğin gelişimine katkıda bulunur (Van Emmeric, 2006, s. 26).

Tablo 2’ de görüldüğü gibi Putnam (2000, s. 21), iki çeşit sosyal sermaye çeşidi ortaya koymaktadır. Bunlar; *bağlayıcı sosyal sermaye (bonding social capital)* ve *köprü kuran sosyal sermaye (bridging social capital)* biçiminde adlandırılmaktadır. Daha sonra çeşitli kaynaklarda bu iki sosyal sermaye türüne, *birleştirici sosyal sermaye (linking*

social capital) türünün eklendiği anlaşılmaktadır. Bağlayıcı sosyal sermaye, çeşitli toplumsal gruplara üyelikten -Tönnies (2001, s. 22)'in ifadesiyle cemaatlere üyelik vb.- kaynaklanan kapalı toplumsal ilişkilere, güçlü ve yakın bağlara göndermede bulunmaktadır. Bunun aksine köprü kuran sosyal sermaye ise daha uzak ve zayıf ilişkileri ima etmektedir. Aslında köprü kuran sosyal sermayenin bir uzantısı olarak değerlendirilebilecek olan bağlayıcı sosyal sermaye ise bireyler arasındaki hiyerarşik konum farklılıkları ve bu farklılıkların ürettiği ilişkileri kapsamaktadır.

Sosyal sermayeye ilişkin ikinci sınıflandırma Nahapiet ve Ghoshal (1998, s. 244) tarafından yapılmaktadır. Yazarlara göre sosyal sermaye, üç alt boyutta kategorize edilmektedir. Bunlar; *yapısal boyut (structural dimension)*, *ilişkisel boyut (relational dimension)* ve *bilişsel boyut (cognitive dimension)* şeklinde ifade edilmektedir. Yapısal boyut, bireylerden ziyade ilişkilerin genel görünümüyle ve yapısal pozisyonlardan türeyen ilişki biçimleriyle ilgilenmektedir. İlişkisel boyut, bireylerin mevcut konumlarında elde ettikleri ilişkilerle ilgilenen davranışsal yaklaşımı ifade etmektedir. Bilişsel boyut ise bireylerin karşılıklı olarak ortak düşünme biçimleri ve anlam üretmelerini sağlayan kaynaklara vurgu yapmaktadır.

Tablo 2' de yer alan üçüncü sınıflandırma, sosyal sermaye türlerine örgütsel bir perspektiften yaklaşan Ilan Talmud (1999, s. 107) tarafından yapılmıştır. Talmud, *rekabetçi (competitive)*, *politik (political)* ve *bilişsel (cognitive)* olmak üzere üç sosyal sermaye biçimi öne sürmektedir. Birinci sosyal sermaye türü olan rekabetçi sosyal sermaye, örgütsel açıdan şirketlere rekabet üstünlükleri sağlayan piyasa aktörleriyle olan ilişkileri ifade etmektedir. İkinci sınıflandırma olan politik sosyal sermaye, şirketlerin çeşitli devlet regülasyonlarından avantaj sağlamasını sağlayacak pozisyonlarda bulunan siyasi ya da bürokratik aktörleriyle bağlantılarını temsil etmektedir. Üçüncü sınıflama olan bilişsel sosyal sermaye ise şirketin kurumsallaşma, kurum kültürü, kurumsal kimlik gibi örgütsel fonksiyonlarını içsel süreçlerinde verimlilik ve etkinlik artırıcı bir unsur olarak kullanmasını ifade etmektedir. Bu üçüncü unsur Nahapiet ve Ghoshal tarafından ortaya koyulan bilişsel sosyal sermayenin örgütsel açıdan yorumlanması olarak değerlendirilebilir.

Yli-Renko ve arkadaşları (2002, s. 283) da sosyal sermayeyi örgütsel açıdan değerlendirmişlerdir. Bu anlamda sosyal sermayeyi örgüt içi (internal) ve örgüt dışı (external) olmak üzere iki biçimde ele almışlardır. Bu doğrultuda örgüt içi sosyal

sermaye, örgüt çalışanlarının aralarındaki ilişkilerin mesafesi ve yoğunluğuyla ilgilenmektedir. Dolayısıyla Talmud'un bilişsel sosyal sermayesi ile benzerlikler içermektedir.

Sosyal sermayeyi *idari (governmental)* ve *sivil (civic)* olmak üzeri iki biçimde ele alan Collier (2002, s. 31), konuya daha toplumsal bir düzlemde yaklaşmaktadır. Piyasa dışı hiyerarşik bir örgütlenme biçimi olan devletin, piyasa yoluyla elde edilemeyecek olan kalıcı faydalar sağladığını dile getirmektedir. Dolayısıyla oldukça baskın durumda olan devlet organizasyonu tarafından meydana getirilen sosyal sermayenin, sivil toplumda ortaya çıkan sosyal sermayeden ayrılması gerektiğini belirtmektedir. Çünkü devlet kendine dayattığı içsel kuralları bulunan, bu kuralların bazıları da güç kullanıma izin veren bir sistemdir. Sivil toplumdaki etkileşimler ise devletin oluşturduğu kurallara doğrudan bağlı değildir. Sivil toplum ise birçok konuda dolaylı olarak devlete bağımlı olsa da devletin zorlayıcı gücüne doğrudan bağımlı olarak işlememekte ve birçok etki sivil toplum tarafından devletten daha iyi sağlanmaktadır. Bu bağlamda idari sosyal sermaye (*government social capital*), bireylerin karşılıklı fayda için iş birliği yapma becerilerini etkileyen devlet kurumlarına atıfta bulunmaktadır. Bunlar; sözleşmelerin yaptırım gücü, hukukun üstünlüğü ve devletin izin verdiği özgürlüklerin kapsamıdır. Sivil sosyal sermaye (*civic social capital*) ise ortak değerler, normlar, enformel ağlar ve bireylerin ortak amaçlar doğrultusunda birlikte çalışabilme yeteneğini arttıran dernek üyeliklerini kapsamaktadır (Knack, 2002, s. 42).

Tablo 2' de yer alan son sosyal sermaye sınıflaması Hetty van Emmerik (2006, s. 25-26) tarafından yapılmıştır. Sosyal sermayeyi *katı (hard)* ve *yumuşak (soft)* olarak iki biçimde ele almaktadır. Katı sosyal sermaye, çalışanların örgütsel ve kariyer performansları doğrultusunda elde ettikleri bağlantıların (hiyerarşik olarak dikey ya da yatay), yine kariyer ilerlemesi doğrultusunda kullanılacak kaynaklar olarak değerlendirilmesini ifade etmektedir. Yumuşak sosyal sermaye ise bireylerin arkadaşlık veya dostluk gibi yakın ilişkilerinin toplumsal yaşamda sağladığı duygusal desteklerle ilgilenmektedir.

Tüm bu değerlendirmelerin yanında Wellman, Haase, Witte ve Hampton (2001, s. 437), Putnam tarafından ortaya atılan tartışmalar doğrultusunda sosyal sermayenin 3 formu üzerinde durmaktadır. Bunlar; ağ sermayesi (*network capital*), katılımcı sermaye (*participatory capital*) ve topluluk bağlılığı (*community commitment*) şeklindedir.

- *Ağ sermayesi*: Arkadaşlar, komşular, akrabalar ve meslektaşlar ile önemli ölçüde duygusal yardım, mal ve hizmet yardımı, bilgi, aidiyet duygusu sağlayan ilişkilerdir (Wellman ve Frank, 2001, s. 233).
- *Katılımcı sermaye*: İnsanların bağ kurmaları, ortak başarılarla ulaşmaları, taleplerini ve arzularını bir araya gelerek ifade etmeleri için fırsat sunan politik ve gönüllü kuruluşlara katılımı ifade etmektedir. (Tocqueville, 2000, s. 491-494; Wellman vd., 2001, s. 437).
- *Topluluk bağlılığı*: McAdam (1982, s. 17,43,44) bireylerdeki güçlü topluluk bağlarının sosyal hareketlerle önemli bir korelasyon içerdiğini belirtirken, bu hareketlerin bireylere topluluk hissi verdiğini ve sosyal izolasyonun sebep olduğu gerilimleri azalttığını belirtmektedir. Bu doğrultuda sosyal sermaye, kişilerarası etkileşim ve örgütsel katılım hareketlerinden daha fazlasını içerir. İnsanların bulundukları topluluğa karşı güçlü bir tutumu olduğunda (topluluğa karşı sorumluluk ve aidiyet duygusu hissetmeleri) sosyal sermayelerini daha isteyerek ve daha etkili bir şekilde harekete geçireceklerdir (Wellman vd., 2001, s. 437).

Genel olarak değerlendirildiğinde, sosyal sermayenin ele alınışına ilişkin farklılıkların bulunduğu görülmektedir. Bu farklılıkların kaynağında, konuya ilişkin yaklaşım farklılıklarının bulunduğu söylenebilir. Yani araştırmacıların bulundukları disiplin, sosyal sermayenin hangi perspektiften ve hangi sınıflandırmalar ile ele alındığı konusunda belirleyici bir rol oynamaktadır. Sözgelimi organizasyonel gelenek içerisinde konu şirket odaklı, etkinlik ve verimlilik arttırıcı bir unsur olarak değerlendirilirken; sosyolojik gelenek içerisine toplumsal birlik, bütünlük ya da kolektif eylemin sağlanması bağlamında ele alınmaktadır. Özetle, yaklaşımın sınıflandırılmasına yönelik farklılıklar ana hatlarıyla yukarıda ifade edilen biçimdedir. Bu noktada ifade edilen sınıflandırmalarla birlikte sosyal sermayenin ‘nasıl ortaya çıktığı?’ yani kaynakları ile ‘ne işe yarayacağı?’ soruları gündeme gelmektedir. Sonraki başlıklarda bu sorunun cevabı verilmeye çalışılacaktır.

1.6. Sosyal Sermayenin Kaynakları

Sosyal sermayenin hangi unsurlardan beslendiği ve oluştuğu konusunda da daha önce belirtilen farklılaşmalara benzeyen bir durumun söz konusu olduğu görülmektedir. Bu noktada oluşan farklılaşmaların temel sebebi, ilgili araştırmacıların konuyu ele alışlarında farklı analiz düzeylerini referans almaları şeklinde açıklanabilir.

Sosyal sermayeyi üreten sosyal ilişkilerin kendine özgü boyutları konusundaki tartışma ve anlaşmazlıklara dikkat çeken Adler ve Kwon (2002, s. 23), bu tartışmaların iki kola ayrıldığını dile getirmektedir. Bu bağlamda birinci yönelimin “ağın yapısı (network structure) üzerinde durduğunu ve sosyal ağ tanımlayan bağların formal yapısı içine sosyal sermaye kaynaklarını” aradığı, diğer yönelimin ise “sosyal ağı tamamlayan bağların içeriğine odaklandığı” ifade edilmektedir. Buna göre, ilk yaklaşımın aksine “ağ yapısının özelliklerini incelemektense, paylaşılan normlar, inançlar, yetenekler gibi sosyal sermayeyi etkileyen özellikler üzerinde” durulmakta ve “bağların içeriklerine vurgu” söz konusu olmaktadır. Bu ayrışma neticesinde “bazı yazarlar, ağları ve ağların özelliklerini sosyal sermayenin kaynağı olarak kabul ederken; bazıları güven, norm, inanç gibi bağların içeriğini sosyal sermayenin kaynağı olarak kabul etmektedir” (Özdemir, 2007, s. 44).

Bu doğrultuda örnek vermek gerekirse, sosyal sermayeyi oluşturan kaynakların “toplumun en küçük temel taşı olan aileden başlayıp en geniş hali olan millete kadar uzandığını” dile getiren Karagül (2012, s. 107-119) sosyal sermayenin kaynaklarını; *aile, sivil toplum örgütleri, kamusal hayat, kitle iletişim araçları, beşeri kalkınma düzeyi, gelir dağılımı, adaletin tesisi, ülkede karşıtı tanımlama şekli, toplumsal farklılıklar ve ortaklıklar* şeklinde ele almaktadır. Özdemir (2007, s. 45-55) ise sosyal sermaye kaynaklarını; Adler ve Kwon tarafından ele alınan biçimiyle fırsat, motivasyon ve yetenek olmak üzere üç başlık altında incelemektedir.

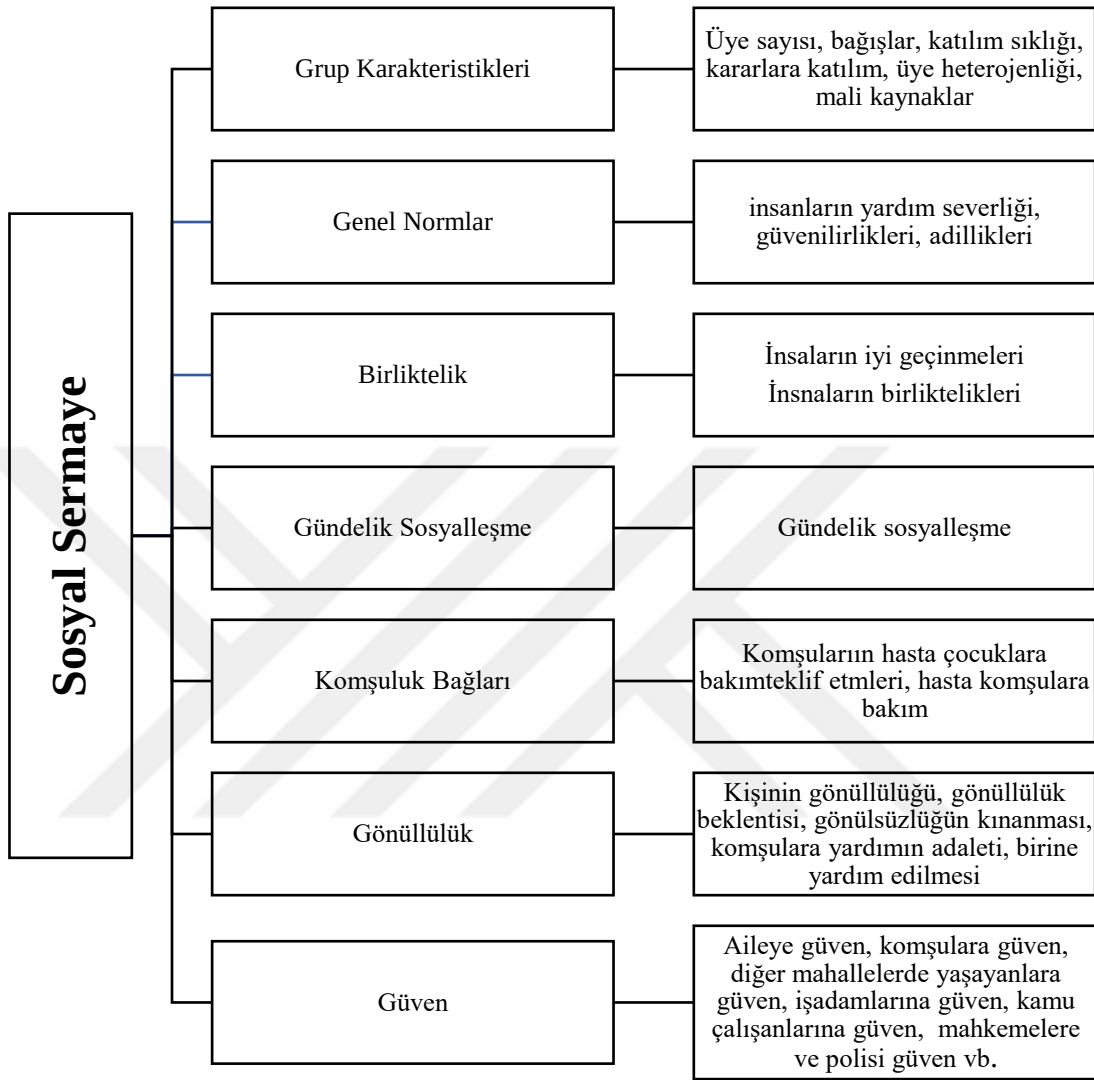
Dolayısıyla sosyal sermaye kaynaklarını iki temel düzlemde ele almak yerinde olacaktır. Bunlardan birincisi sosyal sermayenin kaynaklarının ağ içeriklerinde bulunduğunu savunan yaklaşımken, ikincisi bu kaynakların ağ yapılarında bulunduğunu savunan yaklaşım şeklindedir.

- *Ağ içeriği yaklaşımı açısından sosyal sermayenin kaynakları değerlendirilecek olursa;*

Sosyal sermayenin oluşabilmesi en az iki birimin yani iletişimde bulunan iki aktörün bulunmasını gerektirmektedir. Bu nedenle sosyal sermayenin bir kamu malı olduğu sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu bağlamda sosyal sermayenin tanımlarında ve unsurlarında yer alan karşılıklılık, güven ve normlar gibi ögeler daha önceki başlıklarda incelenmişti.

Bu noktada sosyal sermayenin oluşmasına kaynaklık eden kolektif unsurların neler olduğu çeşitli çalışmalarda yer almaktadır. Narayan ve Cassidy (2001, s. 67) sosyal sermayeyi ölçmeye yönelik çalışmalarında, sosyal sermayeyi oluşturan boyutları aşağıdaki şekil ile açıklamaktadır:

Şekil 3. Sosyal Sermayenin Boyutları



Kaynak: Narayan ve Cassidy, 2001, s. 67.

Yukarıda görülen ve sosyal sermayenin kaynaklarını ifade eden şekilde, bu kaynakların toplumsal düzlem ve bağlamda ele alındığı görülmektedir. Buna göre bireylerin üyesi olduğu çeşitli gruplar ve bu grupların karakteristikleri; toplumun geneli tarafından kabul edilen, yardımseverlik gibi normlar; toplumsal bütünleşmeyi sağlayan insanların iyi geçinmeleri, birliktelikleri; bireylerin günlük sosyalleşme rutinleri; köy, kasaba ya da mahallede bulunan insanlar arasında söz konusu olan komşuluk bağları; yardımlaşmayı sağlayıcı bir unsur olarak gönüllülük; son olarak aileden başlayarak, komşulara, devletin çeşitli kurum-kuruluşlarına, daha genel olarak sivil topluma duyulan güven düzeyi sosyal sermayeyi oluşturan kaynaklar olarak değerlendirilmektedir.

Öte yandan yukarıda yer alan *genel olarak normlar* başlığının, diğer bazı unsurları kapsadığı ifade edilmelidir. Örneğin genel olarak normlar; formel ya da informal normları kapsayıcı niteliğiyle gönüllülük unsurunu da içerisine almaktadır. Gönüllü olarak insanlara yardımcı olmak, toplumsal olarak takdir ya da övgü gibi ödülleri bulunan informal bir normdur. Yine komşuluk bağları ve komşularla yardımlaşma gerek kültürel anlamda gerekse dini anlamda telkin edilen bir norm niteliği taşımaktadır. Yine birliktelik başlığı altında ifade edilen, insanların iyi geçinmeleri de aynı paralelde değerlendirilebilir. Dolayısıyla, şekilde ifade edilen kaynakların bazılarını normlar başlığı altında değerlendirmek mümkün olmakla birlikte, ifade edilen unsurların ayrıca belirtilerek vurgulanmasının amaçlandığı görülmektedir. Çünkü sosyal sermayenin kaynaklarını toplumsal düzlemde ve ağın yapısını tamamlayıcı olan unsurlarda arayan çalışmalarda güven ile birlikte komşuluk bağları, gönüllük ve gönüllü kuruluşlara katılım gibi hususlara özel önem verildiği anlaşılmaktadır.

Bu noktada *ağ-içerik yaklaşımı* olarak isimlendirilebilecek yaklaşımda, sosyal sermayenin kaynakları ya da onu oluşturan boyutları olarak; güven, karşılıklılık, normlar gibi ağa üye olan bireylerin paylaştıkları değerler üzerinde durulmaktadır.

Dolayısıyla yukarıda görüldüğü gibi sosyal sermaye, bir yandan toplumsal temelde ağa üye olan bireylerin paylaştıkları değerler üzerinden ele alınabildiği gibi diğer yandan birey temelinde sahip olunan ağların yapısı açısından, yani ağ yapısının toplumsal bağlamı üzerinden de ele alınabilmektedir.

– *Ağ Yapısı Yaklaşımı açısından sosyal sermayenin kaynakları ele alınırsa;*

Sosyal sermaye her ne kadar sosyal olana vurgu yapmakta ve toplumsal bağlamda değerlendirilmekteyse de onun bireysel düzlemde ele alınabileceği görülmektedir. Sosyal sermayenin ortaya çıkması en az iki kişinin varlığını gerektirse de onun söz konusu iki birim arasındaki bağlardan doğan yapısıyla tekil olarak bireylerin kullandığı kaynaklar olarak düşünülmesi, bireysel birtakım kaynaklara dayandırılmasının ardındaki nedendir.

Bu bağlamda Adler ve Kwon (2002, s. 24) sosyal sermaye kaynaklarını; fırsat, motivasyon ve yetenek olmak üzere üç başlık altında incelemektedir. Bu başlıkları kısaca açıklamak gerekirse;

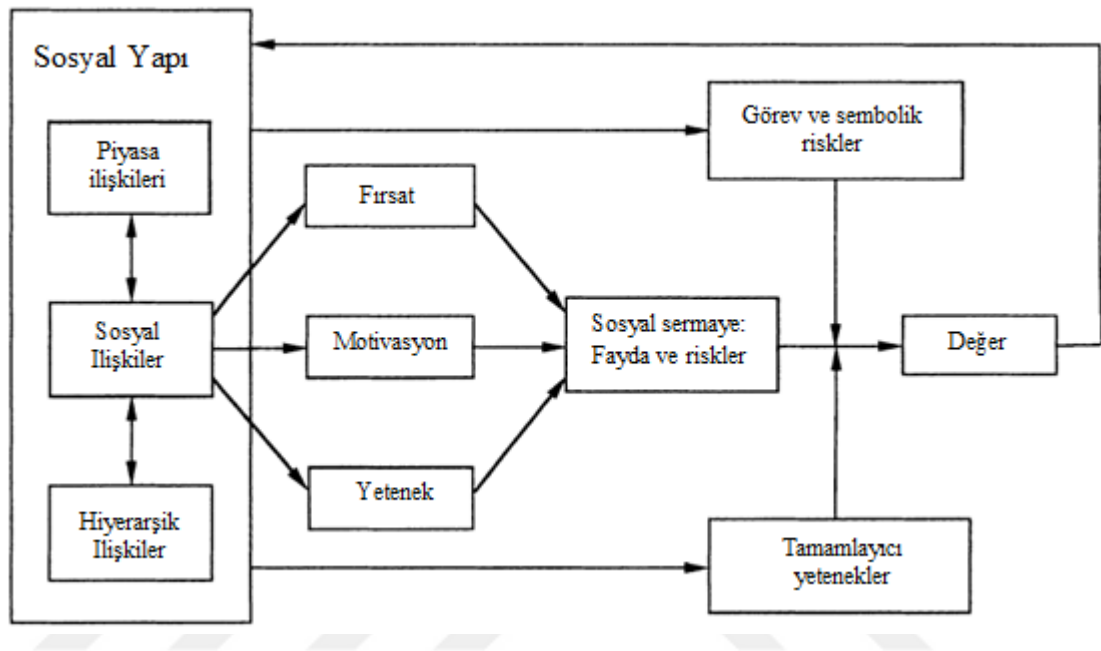
- **Fırsat:** Bir aktörün sosyal bağlantılar ağı, sosyal sermaye işlemleri için fırsatlar yaratmaktadır. Diğerleriyle olan *dışsal bağlar (external ties)*, aktörlere onların bağlantılarının sahip oldukları kaynakları kullanma fırsatı sağlamaktadır. Kolektif aktörler için ise *içsel bağlar (internal ties)* birlikte hareket etme fırsatı yaratmaktadır (Adler ve Kwon, 2002, s. 24). Bu bağlamda aktörlerin bulundukları toplumsal bağlarda sahip oldukları içsel ya da dışsal ağ bağlantılarının fırsatlar olarak değerlendirilmesi söz konusudur.
- **Motivasyon:** Bu kavram ile hemen o anda veya belirli bir getirisi olmamasına rağmen aktörleri yardım etmeye iten nedenler kastedilmektedir (Adler ve Kwon, 2002, s. 25). Motivasyonların sadece bir olasılık faktörü değil aynı zamanda doğrudan bir sosyal sermaye kaynağı olduğu fikri, Putnam, Leonardi ve Nonetti (1993, s. 167)'nin sosyal sermayenin yalnızca ağlardan değil aynı zamanda normlar ve güvenden kaynaklandığı şeklindeki değerlendirmelerine dayanmaktadır. Bu bağlamda motivasyon başlığı, aslında önceki başlıklarda ele alınan normlar ve güven unsurlarını temsil etmektedir. Bu başlıkta motivasyon ile kastedilen, aktörleri toplumsal bağlam içinde diğer aktörlere yardımcı olmaya isteklendiren değerler sistemidir.
- **Yetenek³:** Bazı araştırmacılar yetenekleri sosyal sermayenin kaynakları olarak değerlendirmektedir. Örneğin Leana ve Van Buren (1999, s. 541) *ortaklaşabilmeyi (associability)*⁴ bir sosyal sermaye kaynağı olarak diğer sosyal sermaye kaynakları olan motivasyon ve fırsatı da kapsayan bir unsur olarak görmektedir. Bu bağlamda yetenek unsuru, belirli bir alandaki aktörün alanla ilgili olarak nitelikli bilgi akışı sağlayabilecek ağ bağlantılarına sahip olmasını ifade etmektedir. Yani ağ bağlantılarının işe yarayan uzmanlık bilgilerini ima etmektedir (Adler ve Kwon, 2002, s. 26).

³ Birçok konuda olduğu gibi bu unsurun sosyal sermaye kaynağı olup olmadığı da tartışmalıdır. Burt (1997, s. 339) “yeteneklerin beşerî sermayeye, fırsatların ise sosyal sermayeye göndermede bulunduğunu” öne sürerek, yetenek unsurunu sosyal sermaye kaynakları dışında tutmaktadır.

⁴ Kavram bir organizasyon içindeki üyelerin bireysel amaçları ve bunlarla ilişkili eylemlerini kolektif amaç ve eylemlere tabi tutma istekliliği ve yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Leana ve Van Buren, 1999, s. 541).

Bu doğrultuda Adler ve Kwon sosyal sermayenin kaynakları olarak fırsat, motivasyon ve yetenekler üçlüsünü ele alırken, sosyal sermayeye ilişkin aşağıda yer alan modeli öne sürmektedir.

Şekil 4. Adler ve Kwon'un Sosyal Sermaye Modeli



Kaynak: Adler ve Kwon, 2002, s. 23.

Şekil 4'te görüldüğü gibi sosyal sermaye kaynakları olan fırsat, motivasyon ve yetenekler sosyal yapı içinde gelişen sosyal ilişkilerden beslenmekte ve sosyal sermaye oluşturmakta ve sonuçları da tekrar sosyal yapı içinde gerçekleşen ilişkilerden ortaya çıkmaktadır. Modelden de anlaşıldığı üzere, sosyal sermayenin birtakım faydaları ve riskleri de bulunmaktadır. Bu durum, sosyal sermayenin sonuçları başlığı altında tartışılacaktır.

1.7. Sosyal Sermayenin Sonuçları

Şimdiye kadar ele alınanlar değerlendirildiğinde, ister bireysel bağlamda ister toplumsal bağlamda ele alınsın sosyal sermayenin birtakım sonuçları olduğu çeşitli şekillerde ifade edilmiş olmasına karşın, bu sonuçların neler olduğu açık seçik şekilde ortaya konulmamıştır. Bu doğrultuda cevap verilmesi gereken temel soru, '*sosyal sermaye ne işe yarar?*' biçiminde ifade edilebilir. Diğer taraftan sosyal sermayenin sadece olumlu sonuçları bulunmadığı, aynı zamanda birtakım olumsuz sonuçları bulunabileceği

şeklinde birtakım eleştiriler de vardır. Bu eleştiriler doğrultusunda sosyal sermayenin sonuçları, olumlu ve olumsuz sonuçlar olmak üzere iki başlık altında ele alınacaktır.

Bu noktada sosyal sermayenin sonuçlarının hangi düzlemde ele alınacağı tartışması ortaya çıkmaktadır. Daha önce ifade edildiği gibi sosyal sermayeyi bireysel ya da toplumsal bir mal olarak ele alan yaklaşımlar söz konusudur. Dolayısıyla bu iki farklı bakış açısından değerlendirildiğinde, sosyal sermayenin sonuçlarında da farklılaşmalar söz konusu olmaktadır. Aşağıda yer alan Tablo 3, bu iki yaklaşımın farklılıklarını ortaya koymaktadır.

Tablo 3. Sosyal Sermayeye Kamu Malı ve Özel Mal Yaklaşımları Arasındaki Farklar

Yaklaşım	Sosyal Sermaye	
	Kamu Malı	Özel Mal
<i>Analiz Düzeyi</i>	Makro ve meso (sosyal birim)	Mikro (bireyler)
<i>Bireysel fayda</i>	Dolaylı	Doğrudan
<i>Toplumsal fayda</i>	Doğrudan	Dolaylı
<i>Gereken bağ</i>	Esnek	Kırılgan
<i>Bireysel teşvikler</i>	Zayıf veya orta (dolaylı faydaların değerlendirmesi)	Güçlü

Kaynak: Leana ve Van Buren, 1999, s. 541.

Tablo 3'te görüldüğü gibi, sosyal sermayeyi kamu malı veya özel mal olarak ele alan iki farklı yaklaşım bulunmaktadır. Sosyal sermayeyi kamusal bir mal olarak gören yaklaşım açısından analiz düzeyi makro ve meso ölçeklidir. Yani sosyal sermaye bireysel bir unsur olmanın ötesinde toplumsal bir düzlemde, toplumu oluşturan sosyal birimlerde mümkün olmaktadır. Diğer taraftan bireysel yaklaşım, sosyal sermayeyi kişilerin özel mülkiyetinde ve kullanımında olan bir sermaye biçimi olarak değerlendirmektedir. Bu anlamda iki yaklaşım açısından sosyal sermayenin faydaları da farklılaşmaktadır. Kamu malı yaklaşımı açısından sosyal sermayenin bireylere olan faydaları dolaylı, kolektif faydaları ise doğrudanken; bireysel yaklaşım, sosyal sermayenin bireylere doğrudan faydaları bulunduğunu, toplumsal açıdan ise dolaylı

faidaları bulunduğunu belirtmektedir. Bu anlamda bir diğer farklılık sosyal sermayenin gerektirdiği bağlar hakkındadır. Kamu malı yaklaşımına göre sosyal sermayenin olduğu bağlar esnek bir nitelik taşıırken, kişisel mal yaklaşımı açısından ise sosyal sermayenin olduğu bağlar kırılabilir niteliktedir. Son olarak kamusal mal yaklaşımı açısından bireysel teşvikler ya da ödüller zayıf ya da orta seviyedeysen, özel mal yaklaşımında bireysel teşviklerin güçlü olduğu görülmektedir.

Öyleyse sosyal sermayenin sonuçlarının da bu tabloda gösterildiği biçimde ele alınması yerinde olacaktır. Yani sosyal sermayenin sonuçlarının hem olumlu ve olumsuz açılardan ele alınması hem de bu sonuçların bireysel mi yoksa toplumsal mı olduğunun dikkate alınması gerekmektedir.

Tablo 4. Sosyal Sermayenin Sonuçları

	Olumlu Sonuçlar	Olumsuz Sonuçlar
Bireysel Sonuçlar	Her türden kişisel fayda; daha iyi fırsatlara ve kaynaklara ulaşabilme...	Haksız rekabet sağlama; akrabalık, yakınlık ya da tanıdıklık ilişkilerine dayanarak, liyakatin dışlanması tehlikesi...
Kolektif Sonuçlar	Toplumsal birliktelik; bütünlük; toplumsal güven; kolektif eylem; toplumsal kalkınma; toplumsal refah...	Grup kapalılığının olumsuz etkileri; grup üyesi olmayanların dışlanması; homophily; suç örgütlenmeleri ve mafya yapılanmalarının da kullanabilmesi vb.

Tablo 4'te görüldüğü gibi, sosyal sermayenin her iki düzlemde de olumlu ya da olumsuz sonuçlar doğurması söz konusu olabilmektedir.

Bireysel düzlemde olumlu sonuçlara dikkat çekilecek olursa, sosyal sermaye bireylere öncelikle psikolojik veya psiko-sosyal anlamda katkıda bulunmaktadır. Toplumda güçlü ağ bağlantılarına sahip olan bireyler öncelikle kendilerini güvende hissedeceklerdir. Herhangi bir acil durumda yardım alabileceklerinden emin olmaları dolayısıyla, daha az seviyede kaygı ve stres duyacaklardır. Diğer taraftan bireylerin sahip oldukları güçlü ağ bağlantılarının, gündelik hayatta karşılaşılan sorunların çözümünde yararlı olması beklenmektedir. Ayrıca bu ağ bağlantılarının, bağlantının diğer ucunda bulunan kişilerin niteliklerine bağlı olarak bireylere önemli fırsatlar sunacağı unutulmamalıdır.

Bu bağlamda Coleman (1988)'ın lise terk ve okul başarısıyla ilgili çalışmalarında sosyal sermayenin olumlu sonuçlarına dikkat çektiği görülmektedir. Sosyal sermaye, okul başarısı gibi beşerî sermaye özelliklerinin yaratılmasında önemli rol oynamaktadır.

Ancak bireysel düzlem açısından sosyal sermayenin neden olduğu birtakım olumsuz sonuçlar ya da potansiyel sorunlar söz konusudur. Bunlardan ilki, özellikle ailenin sosyoekonomik statüsüyle de bağlantılı olarak haksız rekabete neden olmasıdır. Coleman (1988) tarafından gerçekleştirilen çalışma sosyal sermayenin okul başarısı üzerindeki etkisi ve beşerî sermaye yaratılmasındaki katkıları vurguladığı kadar, sosyal sermaye eşitsizliklerine de vurgu yapmaktadır. Bu anlamda, yeni doğanlar arasında doğum anından itibaren birtakım eşitsizliklerin söz konusu olduğu bilinmektedir. Bireyler birçok sermaye biçimiyle birlikte, sosyal sermayeyi de kısmen ya da tamamen ailelerinden miras alabilmektedirler. Buna göre, düşük sosyoekonomik statülerde bulunan ailelerin çocuklarıyla, yüksek statülerde bulunan ailelerin çocukları arasında sosyal sermaye cinsinden de birtakım eşitsizliklerin olduğu savunulabilir.

Bourdieu'nun çalışmalarında da benzer tespitler bulmak mümkündür. Aktörlerin sosyal sermayeye eşit derecede erişimleri söz konusu olmadığı gibi, sahip olunan sosyal sermayenin miktarında aktörün bulunduğu toplumsal bağlam oldukça belirleyicidir. Daha önce belirtildiği gibi “aktörün sosyal sermayesinin büyüklüğü, etkili olarak harekete geçirebileceği bağlantı ağının büyüklüğüne ve bağlantıda olduğu aktörlerin sahip olduğu sermayenin (ekonomik, kültürel veya simgesel) hacmine bağlıdır” (Bourdieu, 1986, s. 21).

Bu doğrultuda sosyal sermaye rezervleri eşit olamayan bir şekilde dağılmıştır ve erişilebilirlikleri farklıdır. Sosyal sermayeye erişim, diğer sermaye biçimlerinde olduğu gibi onu kullanmaya çalışan belirli birey veya grupların toplumsal konumuna bağlıdır. Sosyal sermayenin toplumsal konumu, kimin sahip olduğuna bakılmaksızın, onun kullanım değerine etki etmektedir (Edwards ve Foley, 1997, s. 677). Bu doğrultuda sosyal sermayenin dağılımının, bireylerin ona erişimi noktasında eşitsizliklere neden olduğu vurgulanmaktadır.

Ayrıca bireysel düzlemde bir diğer olumsuz sonuç, piyasalar açısından haksız rekabetin söz konusu olmasıdır. Örneğin kamunun önemli pozisyonlarında bulunanlar ile ağ bağlantıları olan bir iş adamının, hak etmediği bir ihaleyi sahip olduğu tanıdıklık

ilişkilerinden dolayı kazanabilmesi sosyal sermayenin olumsuz bir sonucudur. Bu durumun paralelinde sosyal sermayenin, potansiyel olarak liyakati dışlayıcı uygulamalar ya da kayırmacılık gibi sorunların oluşmasına potansiyel teşkil ettiği belirtilmelidir.

Sosyal sermayenin kolektif açıdan da birtakım sonuçları bulunmaktadır. Kolektif açıdan sosyal sermayenin, bireylerin grup üyelikleri aracılığıyla sahip oldukları yakın ilişkilerden kaynaklandığını kabul ettiğimizde, kolektif eyleme zemin hazırlayan ya da onu kolaylaştıran olumlu sonuçlarından söz etmemiz gerekmektedir. Bu anlamda bir toplumda sosyal sermayenin varlığı, toplumsal birliktelik ve bütünlüğün sağlanması ve sürdürülmesi anlamına gelmektedir. İnsanların birbirlerine güvenlerinin bulunduğu durumda; toplumsal mutluluk, refah, kalkınma gibi genel sonuçların elde edilmesi mümkündür. Bu bağlamda Fukuyama sosyal sermayenin kolektif sonuçlarının altını çizmektedir.

“Sosyal sermayenin ekonomik işlevi; sözleşmeler, hiyerarşiler, bürokratik kurallar ve benzeri biçimsel işbirliği mekanizmaları ile ilişkili işlem maliyetini azaltmasıdır. Sosyal sermayeye sahip olmayan bir grup insan arasında da eşgüdümlü faaliyetlerin üstesinden gelmesi tabii ki mümkündür, ancak bu durum büyük ihtimalle biçimsel anlaşmalara zorlama, dava açma, müzakere yapma ve denetlemeye yönelik ek işlem maliyetlerine yol açabilecektir” (Fukuyama, 2010, s. 149).

Amerika Birleşik Devletleri’nde erozyona uğrayan sosyal sermayeyi gözler önüne serdiği önemli çalışmasında Robert Putnam da sosyal sermayenin toplumsal yaşam açısından son derece önemli bir rolü bulunduğunu vurgulamaktadır. Sosyal sermayeyi temsil eden sivil bağlantıların sağlıklı, müreffeh ve bilge bir toplum oluşturmada belirleyici olduğunu vurgulayan bir dizi araştırma sonucunun bulunduğunu belirten Putnam (2000, s. 278-280), ister bir köylü ister şehirde yaşıyan bir fakir isterse zengin bir girişimci olsun, sosyal sermayeye sahip olmaksızın yaşamanın oldukça zor olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda Putnam’a göre sosyal sermaye, vatandaşların kolektif problemleri daha kolay çözmelerine izin vermektedir. Örneğin, vergi sisteminde doğan sorunların çözümünde toplumsal normlar ve ağların yaptırım gücü kullanılmaktadır. Fukuyama’ya paralel biçimde Putnam da, sosyal sermayenin bürokrasiyi ve dolayısıyla işlem maliyetlerini azaltıcı etkisini vurgulamaktadır. Ayrıca sosyal sermaye, insanların kaderlerinin pek çok bakımdan birbirlerine bağlı olduğunun farkına vardırılmaktadır. Diğerleriyle aktif ve güvene dayalı ilişkilere sahip olan insanlar, toplumun geri kalanının yararına davranışlar geliştirmekte ve sürdürmektedir.

Sosyal sermayenin toplumsal bağlamda sağladığı olumlu sonuçları pek çok araştırmacının vurguladığı görülmektedir. Örneğin sosyal sermaye ile ekonomik kalkınma arasındaki ilişkileri incelediği çalışmasında Whiteley (2000, s. 443), çeşitli araştırmaların sosyal sermaye ya da vatandaşlar arasındaki güven temelli ilişkilerin hem politik kurumların etkinliği hem de çağdaş toplumların ekonomik performansı üzerinde önemli bir yol oynadığını gösterdiğini vurgulamaktadır. Bir diğer çalışmada Wilkinson (2002, s. 211), zengin ya da fakir her seviyedeki insan toplumlarında sosyal ilişkilerinin kalitesinin insanın refah düzeyi ve yaşam kalitesi üzerinde belirleyici bir rolü bulunduğunu belirtmektedir.

Güvenin hâkim olduğu toplumlarda birçok pozitif dışsallığın söz konusu olabileceğini vurgulayan Karagül ve Masca (2005, s. 41) da sosyal sermayenin olumlu sonuçlarının altını çizmektedir. Buna göre “üretim maliyeleri, çevre kirliliği..., iç güvenlik harcamaları, can ve mal güvenliğine yönelik harcama ve önlemlerin” meydana getirdiği negatif dışsallıkların azaltılması ve “kaynakların verimli kullanımı” söz konusu olmakta, “can ve mala yönelik suçlarda ciddi bir düşüş” gözlemlenmektedir.

Diğer yandan kolektif açıdan sosyal sermayenin olumsuz sonuçları da potansiyel olarak mevcuttur. “Sosyal sermaye literatürünün çoğundan, iç açıcı bir sıcaklık geldiğini” belirten Field (2008, s. 101), sosyal sermayenin “*karanlık tarafının*” ise “büyük ölçüde bilinmeyen bir alan olarak kaldığını” belirtmektedir.

Bu anlamda sosyal sermaye, grup katılımı ya da üyelikleriyle açıklanıyorsa, gruplara üyeliğin sınırlı olduğu veya genele açık olmadığı durumların önemli toplumsal sorunlara neden olması söz konusudur. Öncelikle sosyal sermayenin tüm toplumsal kesimlere yayılamaması halinde, toplumsal bütünlük oluşturan homojen bir yapıdan ziyade ötekine olumsuz bakan, izole ve heterojen bir toplumsal yapı ortaya çıkabilmektedir. Bu anlamda sosyal sermaye, mikro toplumsal yapılardan makro toplumsal yapılara varan bir yelpazede homophily⁵ olarak adlandırılan sorunlara neden olabilmektedir.

Öte yandan sosyal sermayenin kötüye kullanımı da bir diğer önemli sorundur. Mafya ya da suç örgütlenmelerinin grup kapallılığı içinde hareket etmeleri, bu tür örgüt liderlerinin

⁵ Çeşitli açılardan (ekonomik, siyasal, kültürel vb.) birbirine benzeyen insanların birbirleriyle daha çok etkileşime girme eğilimi bulunduğunu ileri süren ilke (McPherson; Smith-Lovin; Cook, 2001, s. 416).

geniş bir çevreye yayılan ağ bağlantılarından faydalanmaları kötüye kullanıma işaretler. İfade edilen bu hususlar sosyal sermayenin *karanlık tarafına* işaret etmektedir. Bu tür kötüye kullanımların, toplum genelinde güvensizlik yaratacağı açıktır. Bu durumu Fukuyama aşağıdaki biçimde vurgulamaktadır.

“Negatif dışsallıklar da aynı şekilde çok sayıda mevcuttur. Birçok grup güvensiz, düşmanca veya açıkça ifade edilen nefretle ilişkilendirdikleri dışarıdaki gruplar pahasına içsel bir bağlılık oluşturmayı amaçlar. Hem Ku Klax Klan hem de Mafia paylaştıkları normaler temeline iş birliği ve böylelikle de sosyal sermayeyi oluşturma amacındadır ama aynı zamanda içinde bulundukları toplumun kendileri dışındaki kesimlerine yönelik negatif dışsallıklar da üretirler” (Fukuyama, 2010, s. 145).

Sosyal sermayenin karanlık tarafına Putnam’ın da işaret ettiği görülmektedir. Putnam (2000, s. 347-360) ırk, cinsiyet ve sivil özgürlükler bağlamında yaptığı tartışmada, Amerika’da insanların geçmişe oranla daha “hoşgörülü” olmasına karşın birbirlerine daha az bağlı olduklarını ve sosyal sermayenin eridiğini ima etmektedir. Bu durumun çeşitli sonuçları üzerinde durulurken, sosyal sermayenin cinsiyet, ırk ya da gelire dayalı olarak birtakım eşitsizlikler doğurduğu da kabul edilmektedir. Ayrıca sosyal sermayenin çeteler ve bir takım iktidar seçkinleri tarafından çıkar amaçlı olarak toplum karşıtı bir biçimde kullanıldığı da birçok kez vurgulanmaktadır.

Özetlemek gerekirse, sosyal sermaye araştırmacıları tarafından kavrama olumlu anlamalar yükleme eğilimi söz konusu olmakla birlikte, temel kuramcılar başta olmak üzere birçok isimin sosyal sermayeyi bir *mutlak iyi* olarak görmedikleri anlaşılmaktadır. Analiz düzeyine göre farklılaşmalar söz konusu olmakla birlikte, sosyal sermayenin birtakım olumsuz sonuçlarının ya da kullanımlarının bulunduğu literatürde yoğun olarak dikkat çekilmekte ve tartışılmaktadır.

Dolayısıyla bu noktaya kadar sosyal sermayeyle ilgili farklı analiz ve tartışmaların kavramsal düzeyde ele alındığı belirtilmelidir. Ancak bu noktadan sonra ifade edilen tartışmaların kavramsal düzeyden ziyade teorik düzeyde ele alınması daha yerinde olacaktır. Bu sebeple devam eden başlıklarda yaklaşımın katkı yapan kuramcılar bağlamında ve daha geniş bir perspektiften ele alınması amaçlanmaktadır.

1.8. Sosyal Sermaye Düşüncesinin Temelleri

Sosyal sermayenin bir kavram olarak kullanımı ve yaygınlaşmasından önce, birçok önemli ismin konu hakkında düşüncelerinin bulunduğu belirtilmektedir. Bu anlamda sosyal sermaye literatürü ilk öncüller olarak Tocqueville, Marx, Weber, Durkheim, Simmel gibi sosyoloji ve ekonomi alanlarının temel kuramcılarına dayandırılmaktadır (Woolcook, 1998, s. 159-161). Ancak ifade edilen isimlerin sosyal sermaye konusunda ortaya koydukları düşüncelerin kavramsal düzeyde somutlaşmadığı, sosyal sermaye fikri zemin hazırladıkları (Şan ve Şimşek, 2011). belirtilmelidir. Bu isimler ve sosyal sermaye yaklaşımıyla bağlantıları aşağıdaki başlıklarda kısaca verilmektedir.

1.8.1. Alexis de Tocqueville ve Sivil Toplum

“Kavramsal betimlemelerin belirli dönemsel süreçlerle” ilişkili olmasına karşın aslında zaten “var olan durumların değişen şartlara göre yeniden okunması” olduğunu belirten Sağır ve Öztürk (2010, s. 14-15), Alexis de Tocqueville’nin işaret ettiği noktalar nedeniyle “sosyal sermaye tartışmaları bağlamında ilk çalışmaları yapan kişi” olarak değerlendirilebileceğini ileri sürmüşlerdir. Bu bağlamda sosyal sermayenin merkezinde yer alan “demokrasi”, “sivil toplum” ve “sosyal ilişkiler bağlamında güven” konularının Tocqueville’nin *Amerika’da Demokrasi* isimli eserine dayandığı vurgulanmaktadır (Sağır ve Öztürk, 2010, s. 17). Örneğin sosyal sermaye teorisine önemli katkısı bulunan Francis Fukuyama (1996, s. 272), Tocqueville’nin bireycilik ve onun yıkıcı sonuçlarının sınırlandırılmasında sivil toplumun önemli rolüne inandığını belirtmektedir. Bu bağlamda demokratik toplumdaki eşit bireylerin zayıflığının, bireylerin başarmak için bir araya gelmelerini sağladığı ve sivil toplumdaki iş birliğinin bireylerin salt kişisel haz peşinde koşmasını sınırlandırdığı ifade edilmektedir.

Diğer taraftan Tocqueville (2000), ilerleyen bölümlerde tekrar değinileceği gibi *Amerika’da Demokrasi* eserinde sivil toplum ile basın özgürlüğü arasında önemli ilişkiler kurması nedeniyle ayrıca önem kazanmaktadır.

1.8.2. Karl Marx: Sınıf Temelli Toplumsal İlişkiler

Sosyal sermaye teorisinin temelinde Marx ve ortaya koyduğu sermaye teorisi de önemli bir yer tutmaktadır. Hatta sosyal sermaye yaklaşımının, Marx'ın sermaye teorisi anlaşılma-sızın kavranamayacağı belirtilmektedir (Lin, 2004, s. 4).

Üretim sürecine sınıf temelinde yaklaşan Marx, sermayeyi “meta dolaşımı” üzerinden açıklamaktadır. Buna göre “meta üretimi, dolaşımı ve ticaret denen daha gelişmiş dolaşım biçimi sermayenin doğup büyüdüğü tarihsel temeli oluştururlar” (Marx, 2003, s. 138). Sermayeyi, para ve metaların dönüşüm ve dolaşımı üzerinden açıklayan Marx, “paranın sermaye olarak dolaşımının başlı başına bir amaç” olduğunu, “çünkü değer büyümeksinin ancak bu hareketin yenilenmesine” bağlı bulunduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle de sermaye hareketinin sınırı olmadığını belirtir. Ayrıca “bu hareketliliğin bilinçli temsilcisi” olarak nitelediği “kapitalistin biricik amacının kullanım değeri değil, ...kâr etmenin durup dinlenmeyen, bitip tükenmeyen süreci” olduğunu ileri sürmektedir (Marx, 2003, s. 143).

Dolayısıyla sermayenin klasik teorisi üretim ve değişim sürecinde artı değer oluştuğunu ortaya koymakta, oluşan artı değer ise sınıflar arasında eşitsiz paylaşıldığını öne sürmektedir. Üretim araçlarının sahibi konumunda bulunan burjuva sınıfı, elde ettiği artı değeri sermaye olarak elinde tutmaktadır. Bu bağlamda sınıf temelli değerlendirmede sermaye; artı değer içeren, üretim ve dağıtım süreçleri sonucunda kazanılan maddi unsurlardır. Ayrıca üretim süreçlerinde çeşitli formlarda tekrar kullanılan yatırımlar da sermaye şeklinde değerlendirilmektedir. Sonuç olarak Marx'ın analizinde sermayenin ortaya çıkışı metaların üretimi ve tüketimi sürecinde burjuva sınıfı (kapitalistler) ve işçi sınıfı arasındaki toplumsal ilişkiler sonucu gerçekleşmektedir (Lin, 2004, s. 4-7). Marx'ın yaklaşımı, sermayeye üretim ve dolaşıma sokulan ‘metalar’ şeklinde yaklaşmakta ve maddi temele dayanmaktadır. Ancak Marx'ın ortaya koyduğu sınıf temelli toplumsal üretim ilişkileri ile bu ilişkilerin yarattığı sınıf mücadeleleri ve eşitsizlikler, bilhassa Bourdieu tarafından gerçekleştirilen değerlendirmelerde sosyal sermaye eşitsizliklerini analiz etmek için (Yarcı, 2011, s. 131, 132) önemli bir altyapı oluşturmuştur.

1.8.3. Emile Durkheim: İş bölümü ve Toplumsal Bütünleşme

Bireyin sosyal ilişkilerini bir sermaye biçimi olarak gören yaklaşımın ortaya çıkmasında, iş bölümünün birey ve toplum ilişkisi açısından önemli sonuçları olduğunu belirten Durkheim’ın da önemli bir katkısı olduğu belirtilmelidir.

Durkheim (2006, s. 164) “iş bölümü ilerledikçe her bireyin topluma daha sıkı biçimde bağımlı olduğunu”, diğer taraftan “her bireyin yaptığı iş uzmanlaştıkça daha kişisel nitelik kazandığını” vurgulamaktadır. Dolayısıyla Durkheim toplumdaki iş bölümünün⁶ gelişiminin bireylere özerklik kazandırdığını, buna karşın bağımsızlaşan bireyin toplumla daha fazla bütünleştiğini öne süren teziyle, sosyal ilişkilere iş bölümü temelinde atıfta bulunmaktadır. Gruplara katılımın birey ve toplum açısından olumlu sonuçları olabileceğini vurgulayan Durkheim’ın dayanışma, uzmanlaşma, sosyal entegrasyon ve grup normları hakkında ortaya koydukları sosyal sermaye düşüncesine önemli bir dayanak oluşturmaktadır.

Örneğin, bağış ya da bireyler arasındaki karşılıklı değişimlerde (borç para gibi) geri ödeme beklentisinin her iki aktörün ortak bir toplumsal yapıya yerleştirilmesine bağlı olduğunu belirten Durkheim, sosyal normların yaptırım kapasitesini vurgular. Toplumsal yapı içerisinde gerçekleşen bu tür değişimlerin temelde iki sonucu bulunmaktadır: İlk tür değişimde (örneğin burs) bağış yapan taraf bunun karşılığında statü, şeref ve sosyal onay elde etmektedir. İkincisinde ise toplumsal yapı, borcun geri ödenmesinin garantörü durumundadır (Portes, 1998, s. 1, 8-9).

Durkheim’ın belirttiği bu iki tür değişim ilişkisini Portes (1998, s. 9), sosyal sermaye ile ilişkisi içerisinde örneklendirmektedir. İlk örneği bir etnik grup üyesinin, aynı etnik gruba mensup genç öğrencilere verdiği burs üzerinedir. Burada bağışçının bursiyerlerden geri ödeme beklentisinden ziyade, toplumsal onay ve statü beklentisi bulunduğu belirtilmektedir. Bu anlamda öğrencilerin sosyal sermayesi, bağışçının öğrencileri doğrudan tanımasından değil, mensubu oldukları etnik gruptan

⁶ Durkheim (2006, s. 162-164), toplumlarda iki dayanışma tipi olduğunu belirtmektedir. Bunlar; mekanik dayanışma ve organik dayanışmadır. Temel olarak mekanik dayanışma; (ortak bilincin hakim olduğu) benzerliklerden doğan dayanışmadır ve birey olma durumu daha az yer kaplar. Organik dayanışma ise bireylerin birbirlerinden farklı olduğu, her bireyin kendine özgü bir etkinlik alanı bulunan, bireysel bilincin bir bölümünün özgür bırakıldığı toplumsal yapılara işaret eder. Bu bağlamda Durkheim iş bölümünü, ‘organik dayanışma’ olarak adlandırdığı toplumsal yapının kaynağı olarak görmektedir.

kaynaklanmaktadır. İkinci örneği ise, bir bankerin aynı dini topluluğun başka bir üyesi ile olan borç ilişkisi üzerinedir. Bankerin, topluluk normlarının yaptırım gücü nedeniyle herhangi bir ek teminata gerek duymaksızın, diğer üyenin borcunu erteleyebileceği ifade edilmektedir. Bu durumda uygulanabilecek yaptırımlar, hukuka ya da şiddete dayalı olmak yerine, topluluk normlarının gücüne bağlıdır. Dolayısıyla borç ilişkisi içerisinde tasvir edilen iki kişi arasında, tam bir güven söz konusudur. Bu örnek, sosyal sermaye teorisine Durkheim'ın sağladığı zemini somutlaştırması bakımından oldukça önemlidir.

1.8.4. Max Weber: Toplumsal Örgütlenme ve Toplumsal İlişkiler

Weber, doğrudan sosyal sermaye kavramını kullanmayan, ancak çalışmalarında zaman zaman sosyal sermayeye göndermede bulunan açıklamalara yer veren önemli kuramcılardan bir diğeridir (Şenkal, 2008, s. 119). Örneğin, Reform hareketi ve sonrasında, Avrupa'da dini alanda yaşanan gelişmelerin kapitalizm ile ilişkisini açıklayan Weber (2008, s. 29-30), Protestanların toplam sermayeden aldıkları büyük pay ve toplumsal yapı içinde bulundukları önemli konumlara dikkat çekerken dolaylı olarak toplumsal ilişkilere, yani sosyal sermayeye de göndermede bulunmaktadır.

Bu bağlamda, ilerleyen dönemde Fukuyama (2010, s. 145), Max Weber'in Protestan ahlakı ile ilgili analizlerini yorumlarken, “sadece kendi aile ve kardeşlerine değil tüm insanlara ahlâklı davran” şeklindeki Protestan öğretinin oluşturduğu pozitif dışsallığın, Protestanlar için iş birliği yapma imkânını çok daha geniş çevrelere açtığını vurgulamakta ve Protestanların sosyal sermaye olanaklarının fazlalığının dini öğretilerinden kaynaklandığına dikkat çekmektedir.

Weber'in görüşlerinde, Durkheim'ın vurguladığı noktalarla da paralellikler bulunmaktadır. Weber, Protestanlık üzerinden yaptığı analizde, belirli bir gruba üye olmanın sağladığı avantajlardan bahsetmesi bakımından Durkheim ile aynı düzleme yaklaşmaktadır. Ayrıca *Toplumsal ve Ekonomik Örgütlenme Kuramı* 'nda Weber (Weber, 1995, s. 48), “toplumsal ilişki” kavramını açıklayarak sosyal sermaye düşüncesine önemli zemin sağlamaktadır. Bu bağlamda *toplumsal ilişki*;

“...birden çok bireyin davranışı olup, bunların anlamsal içerikleri bakımından karşılıklı olarak birbirlerine uyarlandıkları ve buna göre yönlendirildikleridir. Demek oluyor ki toplumsal ilişki,

asıl olarak ve bütünüyle, (anlamı) gösterilebilir bir toplumsal etkinlikte⁷ bulunma olasılığının varlığını anlatır...” (Weber, 1995, s. 48).

Weber, *toplumsal ilişki* kavramını ortaya attıktan sonra kavramın içerimlerini açıklamaya girişmektedir. Bu bağlamda Weber’in toplumsal ilişki nosyonu; olasılığa dayalı olan “karşılıklı ilişkiler”, bu karşılıklı ilişkilerde bulunan “görgül anlamsal içerikler” taşımaktadır. Ayrıca toplumsal ilişkiler “geçici bir nitelik taşıyabileceği gibi, sürekli de olabilmekte”, toplumsal etkinlikler “ussal (amaç ya da değer açısından ussal) biçimde yönlendirildikleri ölçüde”, toplumsal ilişkilerin “görece anlamsal içeriklerinin ussal olarak anlatılması olanağı” kolaylaşmaktadır (Weber, 1995, s. 48-51).

Yukarıda görüldüğü gibi Weber’in çalışmalarında, sosyal sermaye ile olan bağı ortaya koyan örnekler göstermek mümkündür. *Toplumsal ve Ekonomik Örgütlenme Kuramı* adlı eserinde geçen; *dayanışmalı toplumsal ilişki türleri, açık ve kapalı toplumsal ilişkiler, temsil ve sorumluluk* gibi başlıklarda da bu bağlantının izleri görülmektedir.⁸

1.8.5. George Simmel: Toplumsal Etkileşim

Sosyolojik realizm ile sosyolojik nominalizm arasında bir konumda bulunduğu belirtilen George Simmel, “toplumu, gerçek insanlar arasındaki etkileşim” (Goodwin ve Scimecca, 2006, s. 189) olarak kabul etmektedir. 1908 yılında yayınlanan *Sosyoloji* adlı kitabında “toplumsal bağlantıların ‘şeyler’, yani ‘bireyler’ arasında hemen ortaya çıktığını” belirten Simmel, “toplumsal bütünleşmenin, kendisini oluşturan unsurlar”, yani “bireyler dışında bir etkene ihtiyaç duymadığını” ifade etmektedir. Toplumu oluşturan “her üye sayısız, özgül ilişki içinde” bulunmakta, “başkalarını belirlemekte ve onlar tarafından belirlenmekte olduğu hissi ve bilgisi içinde soğrulmaktadır.” Dolayısıyla “bireylerin toplum olarak varoluşlarını koşullayan süreçler⁹, ...bireylerin

⁷ Weber (1995, s. 10) *toplumsal ilişki* kavramından önce *toplumsal eylem/etkinlik* kavramını açıklamaktadır. *Etkinlik* kavramının, “bireyin öznel bir anlam yükleyerek yaptığı (ister dışa vursun, ister iç dünyasında kalsın; ister bir savaştan, isterse bir hoşgöründen oluşsun, belirleyici olan şey, ona ne derecede öznel bir anlam yüklemekte olduğudur) her türlü insan davranışını anlatmak üzere” kullanıldığını belirten Weber, *toplumsal etkinlik* kavramının da, “onu yapan bireyin ona bağladığı öznel anlam gereğince başkalarının davranışlarını göz önünde bulunduran ve buna göre bir gidiş (seyir) izleyen etkinliği” anlattığını ifade etmektedir.

⁸ Ayrıntılı bilgi için bakınız: (Weber, 1995, s. 72-83).

⁹ Simmel toplum olarak varoluşun koşullarını üç temel düzlemde ele almaktadır. İlk olarak, “bir insanın kafasında başka bir insana dair, onunla arasındaki kişisel temas yoluyla kurduğu tablo belli çarpıtmalara dayalıdır.... Başka birini bir ölçüde genelleştirerek görürüz.... Bir kişinin her türlü yeniden-yaratımı sizin ona benzerliğiniz tarafından belirlenir.” İkincisi; “bir grubun her unsuru toplumsal bir parça olmanın yanı

kendi aralarında cereyan eden süreçler” (Simmel, 2009, s. 34) olarak değerlendirilmektedir.

Simmel (2009, s. 37-38), yukarıda ifade edilen toplumsal varoluş süreçlerinde “bireyler arasında ortaya çıkan ilave etkileşimlerin *a priori*¹⁰ koşullarından birinin, insanın diğer bireyleri genelleştirerek görme eğilimi” olduğunu vurgular. Bu durum “ortak bir meşgale ya da çıkarla bir araya gelen grup üyeleri” ve “farklı gruplara ait üyelerin ilişkileri” üzerinden örneklendirilmektedir. Her iki durumda da “gerçeklik toplumsal genellemeyle perdelenmekte” ve bu nedenle “gerçekliğin keşfi imkansızlaşmaktadır.” Ortak bir grubun üyesi olan bireyler, diğerine, “benim grubumun üyesi” a prioriyle yaklaşırken, “kişinin salt bireysel, gerçek doğası ile grup doğası kaynaşp yeni, özerk bir fenomen haline” gelmektedir. Farklı gruplara üye bireylerin etkileşimlerinde ise tersine benzerlikler değil zıtlıklar üzerinden gerçekleşen genelleştirmeler söz konusu olmaktadır. Ancak ifade edilen bu süreçler “ideal bilgiye ulaşmayı imkansızlaştırmasına” karşın “toplumsal... ilişkileri mümkün kılan koşullar” olarak değerlendirilmektedir.

Bu bağlamda Simmel’in sosyal sermaye teorisine önemli ölçüde katkı sağladığı belirtilmektedir (Abdioğlu ve Seren, 2013, s. 31). Gerçekten de bireyler arasındaki ilişkiler, bireyler ve toplumsal gruplar arasındaki etkileşimler ve toplumsal etkileşim biçimleri¹¹ konularındaki sosyolojik yaklaşımıyla kuramcının, daha sonra bir metafor olarak ortaya çıkacak olan ‘sosyal sermaye’ literatürüne önemli bir zemin hazırladığı söylenebilir.

Çünkü Simmel’in bakış açısından “sosyolojinin görevi, bu farklı etkileşim biçimlerini farklı tarihsel dönemlerde ve toplumsal ortamlarda ortaya çıktıkları ve tekrar ortaya

sıra başka bir şeydir de.... Çünkü bireyin, deyim yerindeyse topluma dönük olmayan ve onun tarafından soğurulmayan parçası, toplumla alakalı parçasının yanı başında, onunla hiçbir ilişki kurmadan öylece bulunuyor değildir” Üçüncü olarak; “toplum eşitsiz unsurlardan oluşan bir yapıdır. Demokratik ya da sosyalist çabaların yöneldikleri –ve kısmen elde ettikleri- ‘eşitlik’, aslında insanlar, işlevler veya konumlar arasındaki bir eşdeğerliliklerdir. Doğalarının, hayat içeriklerinin ve yazgılarının farklılığı yüzünden insanlarda eşitlik imkânsızdır” (Simmel, 2009, s. 35-43). Bu bağlamda Simmel’in toplum anlayışında Durkheim’in ‘bireysel bilinç-ortak bilinç’ ayrımı, ‘benzerliklere dayalı mekanik dayanışma’ gibi açıklamaları ile benzerlikler görülmektedir.

¹⁰ “İdealist felsefede, a priori, aposteriori bilgiye karşıt olarak, deneyimden önce ve ondan bağımsız bilgiyi, ta başından bilinçte barınan bilgiyi nitelemek için kullanılır” (Frolov, 1991, s. 25).

¹¹ Simmel’ göre beş tip toplumsal etkileşim biçimi bulunmaktadır. Bunlar; *mübadele*, *çatışma*, *tahakküm*, *fahişelik* ve *sosyallik* şeklindedir. Ayrıntılı bilgi için bakınız: (Simmel, 2009, s. 65-134).

çıktıkları halleriyle araştırmaktır” (Goodwin ve Scimecca, 2006, s. 189). Aynı perspektiften sosyal sermaye değerlendirildiğine, günümüzde farklı toplumsal ortamlarda ortaya çıkan ve tekrar ortaya çıkan etkileşim biçimlerinin araştırılmasında kullanılan bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir.

Özetle, sosyal sermayenin kavram olarak yaygın kullanımından önce, birçok gelenekten önemli kuramcının, kavramın içerdiği anlamlara vurgu yaptığı görülmektedir. Elbette daha birçok teorisyenin öncü çalışmalarında sosyal sermayenin izini sürmek mümkün olmakla birlikte, yukarıda sayılan isimler ve kavrama yaptıkları katkıların özet olarak açıklanması yeterli görülmektedir. İleride konuyla ilgili temel kuramcılar olarak bahsedilecek Coleman, Putnam, Bourdieu gibi isimlerin yukarıda adı geçen öncü isimler ve çalışmalarından etkilendiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, sosyal sermayeye temel oluşturan görüşlerin özetlenmesinin ardından kavramın ilk kullanımı ve tarihsel gelişiminin açıklanması gerekmektedir.

1.9. Sosyal Sermaye Kavramının Ortaya Çıkışı

Sosyal sermaye kavramının ilk kullanımı, 1916 yılında Lyda J. Hanifan tarafından gerçekleştirilmiştir. Hanifan, kırsal bölgelerde bulunan topluluklar içindeki bireylerin yalnızlaşması sorununu, Batı Virginia eğitim sistemi örneğinde ele alırken sosyal sermaye kavramını ortaya atmaktadır. Bu ilk kullanımda sermayenin olağan anlamına herhangi bir atıf söz konusu olmadığı, kavramın iyi niyet, dostluk, karşılıklı sempati ve toplumsal birimleri oluşturan birey ve aileler arasındaki karşılıklı bağlantılara işaret ettiği vurgulanmaktadır. Hanifan, bireylerin çeşitli toplumsal ihtiyaçlarını karşılamaları sonucu, sosyal sermaye birikimi ve bunun sonucu olarak da toplumsal gelişme sağlanabileceğini ileri sürmektedir (Hanifan, 1916, s. 130, 138).

Hanifan’ın sosyal sermaye kavramını bu ilk kullanımından sonra, kavramın 1980’lerde popülerlik kazanmaya başladığını belirten Batt (2008, s. 487), bu arada Jane Jacobs’un 1961’de yayınlanan *Büyük Amerikan Şehirlerinin Ölümü ve Yaşamı* adlı kitabında, kentsel çevrelerdeki sosyal ağların önemini vurgulamak için “sosyal sermayeyi” kullandığını ifade etmektedir.

İyi bir kent muhitinin yeni gelenler ve göçmenleri özümseyebileceğini ve bölgeye gelen geçici nüfusu koruyabileceğini vurgulayan Jacobs (1961, s. 138), bu nüfus hareketlerinin kademeli olması gerektiğini belirtir. Çünkü bölgenin kendini yönetebilmesi, bütün nüfus hareketlerine karşın mahalle ağlarını oluşturan insanların sürekliliğine bağlıdır. Bu ilişki ağlarının şehrin eşsiz sosyal sermayesi olduğu belirtilmekte, sosyal sermayenin herhangi bir sebepten kaybedilmesinin, onun doğurduğu sonuçları da yok edeceği ifade edilmektedir. Kaybolan sosyal sermayenin ise tekrar biriktirilmesinin yavaş ve şansa bağlı bir süreç olduğu dile getirilmektedir.

Francis Fukuyama (1997, s. 377) da sosyal sermaye kavramını ilk fark edişinin Jacobs'ın çalışmasına dayandığını belirtmektedir. Kavramın bu öncü kullanımında; eski kentsel mahallelerdeki yoğun sosyal ağların bir tür sosyal sermaye oluşturduğu, bu tür sosyal sermayenin ise bölgedeki temizlik, suç oranları ve yaşam standartlarıyla ilgili diğer göstergeler üzerinde, polis koruması gibi resmî kurumlardan gelen denetimlerden daha fazla belirleyici olduğu ileri sürülmektedir.

Sosyal sermayeye sistematik bir yaklaşım getiren isimlerden olan James Coleman ise, kavramın literatürde ilk kullanımının 1977 yılında Glen Loury tarafından gerçekleştiğini ileri sürmüştür. "Loury, Amerika'daki farklı ırksal gruplara mensup kişiler arasındaki gelir farklılaşmalarının belirleyici faktörleri üzerine" yaptığı çalışmada sosyal sermayeden bahsetmektedir (Harris ve Renzi, 2010, s. 10).

Bireyin sosyal kökeninin, bireysel gelişim için yatırılan kaynak miktarı üzerinde açık ve önemli bir etkisi bulunduğunu belirten Loury (1977, s. 176), beşerî sermaye özellikleri üzerinde etkisi bulunan toplumsal konumların sonuçlarını temsil etmesi için 'sosyal sermaye' kavramını kullanmanın yararlı olabileceğini belirtmiştir.

Aslında Loury'nin sosyal sermaye konusuyla ilişkisi, neoklasik teorilere yaptığı eleştiri bağlamındadır. Ortodoks ekonomi teorilerinin sadece bireysel becerilere dayalı rekabet yaratmaya yönelik olan aşırı bireyselleşmiş beşerî sermaye üzerine odaklandığını belirten ekonomist, patronların ırkçı yaklaşımlarına karşı kanuni sınırlamalar ve fırsat eşitliği programlarının, ırka dayalı gelir eşitsizliklerini azaltmadığını ileri sürmektedir. Loury ırksal eşitsizliklerin sürmesinin ardında yatan iki temel sebep öne sürmektedir: İlk olarak siyahi ailelerin miras aldıkları yoksulluğun çocuklarına sınırlı maddi kaynak

ve eğitim fırsatı şeklinde aktarılmasıdır. İkincisi, genç siyahi işçilerin işgücü piyasasına ilişkin daha zayıf bağlantılarının bulunması ve fırsatlar hakkındaki bilgi eksikliğidir (Portes, 1998, s. 4).

Kavramın Hanifan tarafından ilk kullanımı sonrası, sosyal sermayeyi sistematik olarak ele alan araştırmacılara kadar olan süreç yukarıdaki şekilde özetlenebilmektedir. Bu çalışmalarda sosyal sermaye olarak ifade edilen toplumsal ilişkilerin ve bu ilişkilerin sağladığı katma değerın fark edildiği görülmektedir. Ancak kavramın sistematik olarak ele alınışında bazı isimlerin ön plana çıktığı anlaşılmaktadır.

1.10. Sosyal Sermayeye: Metafordan Teoriye

Her ne kadar geçmişini daha eskilere dayandırılrsa da sosyal sermaye yaklaşımının sistematik olarak ele alınışı ve popüler bir çalışma alanı haline gelmesinde daha yakın dönemde gerçekleşen bazı çalışmalar ve bu çalışmaları gerçekleştiren isimler öne çıkmaktadır. Bu isimler; James Coleman, Robert Putnam, Francis Fukuyama ve Pierre Bourdieu şeklinde sıralanabilir. İfade edilen isimlerin sosyal sermaye tanımları daha önce verilmişti. Bu bölümde öncü kuramcılarının konuya yaklaşımları ve çalışmaları özet olarak ayrı başlıklar altında incelenecektir. Ayrıca sosyal sermayeye Ağ Yapısı temelinde katkı sağlayan Mark Granovetter, Ronald Burt ve Nan Lin gibi isimler ve bazı uluslararası kuruluşların çalışmalarına yer verilecektir.

1.10.1. James Coleman: Eğitimde Fırsat Eşitliği ve Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye yaklaşımının kökleri Tocqueville, Durkheim, Weber ve diğerlerine dayansa da yaklaşımın güncel halinin en açık biçimde ilk kez Coleman tarafından formüle edildiği öne sürülmektedir (Jackman, 2001, s. 14216).

Bu anlamda sosyal sermaye kavramının gelişiminde Coleman'ın eğitim konusunda gerçekleştirdiği çalışmaların önemli etkisi bulunmaktadır. Öncelikle Coleman ve arkadaşları, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) genelinde yaptıkları çalışmada, eğitimde fırsat eşitliği konusunu siyahi ve beyaz öğrenciler üzerinden ele almışlardır. Bu çalışmada, ABD'nin özellikle siyahi nüfusun ağırlıklı olduğu bölgelerinde kamusal eğitimin büyük ölçüde eşitsiz olduğu ortaya konmuştur (Coleman; Campbell; Hobson vd. 1966, s. 3).

Coleman (1987, s. 32) bir diğer çalışmasında, ailelerin, çocukların yetiştirilmesi için tasarlanmış okullar sağlamada gittikçe daha donanımsız hale geldiklerini vurgulamaktadır. İlgili çalışmada, bu sorunların kaynakları ortaya konulmaktadır. Eksikliklerin azaltılmasına yönelik olarak ise, sosyal sermaye şeklinde kavramsallaştırılan genel bir yaklaşım sunulmaktadır.

Eğitim konusundaki daha önceki çalışmalarından yola çıkan Coleman (1988, s. 95), beşerî sermaye oluşumunda sosyal sermayenin rolünü ele almıştır. İlgili çalışmada sosyal sermaye kavramı, formları ve ortaya çıktığı yapısal koşullar incelenerek, öğrencilerin okulu bırakma davranışlarının analiz edilmesi amacıyla kavramın kullanıldığı belirtilmektedir. Sosyal sermaye kavramının kullanımının çıkış noktasında rasyonel tercih¹² şeklinde belirtilen genel teorik yaklaşımın bulunduğu vurgulanmakta; sosyal sermayenin eylemler için bir kaynak olarak ele alınmasının, toplumsal yapıyı rasyonel eylem teorisine yerleştirmenin bir yolu olduğu dile getirilmektedir.

Sosyolog, toplumdaki aktörlerin belirli türden ilişkilerini incelediği *Foundations of Social Theory* çalışmasında ise sosyal sermaye yaklaşımını sistematik olarak ele almıştır. Bu çalışmada toplumdaki karşılıklı bağımlılık ve sistemsel işleyişin, aktörlerin diğer aktörlerin kısmen veya tamamen kontrolü altında bulunan olaylara ilişkin çıkarlarından kaynaklandığı belirtilmekte, bu çıkar ilişkilerinin sürekliliğinden sosyal ilişkilerin ortaya çıktığı öne sürülmektedir. Ancak sosyal ilişkilerin sadece yapılar olarak değil, aynı zamanda ‘kaynaklar’ olarak görülebileceği dile getirilmektedir (Coleman, 1990, s. 300).

Coleman (1993, s. 1-2) bir diğer çalışmasında, 18. yüzyılda başladığını ifade ettiği ‘büyük dönüşüm’¹³ sonrası toplumsal yapılarda yaşanan dönüşümlere dikkat çekmektedir. Coleman’ın bahsettiği ‘büyük dönüşüm’ sonrası, toplumsal örgütlenmenin merkezinde yer alan en eski kurum olan ailenin yerini amaca yönelik örgütlenmiş sosyal

¹² Coleman’ın rasyonel tercih kuramı. Bireylerin davranışlarında rasyonel hareket ettiklerini varsayan yaklaşım. Weber’in ‘rasyonel eylem’ kavramsallaştırılmasının önemli etkileri bulunmaktadır.

¹³ Coleman, bahsettiği büyük dönüşümün temelinde birincisi Fransız Devrimi ve ikincisi Endüstri Devrimi olmak üzere iki olayın bulunduğunu belirtmekte, bu olayların sosyal, politik ve ekonomik sistemlerde neden olduğu değişimlerin toplumsal örgütlenmelerde yol açtığı değişimi açıklamaktadır. Ayrıntılı bilgi için bakınız: (Coleman, 1993).

organizasyonlara bıraktığını dile getirmektedir.¹⁴ Bu anlamda *ilksel sosyal organizasyonlardan* (Primordial Social Organization), *amaca yönelik inşa edilen sosyal organizasyonlara* (Purposively Constructed Social Organization) geçişin sosyal sermaye kaybına yol açtığına işaret edilmekte, bu ikinci tür organizasyonun oluşumunun neden olduğu sosyal sermaye kaybının telafi edilmesi gerekliliği ortaya koyulmaktadır.

Aydemir (2011, s. 38)'in belirttiği, Coleman'ın “toplumu aktörlerin etkileşim kurdukları alan¹⁵ olarak görmesi” ayrıca dikkat çekici bir noktadır. Diğer sermaye formlarının aksine, sosyal sermayenin iki ya da daha fazla aktör arasındaki ilişkilerin yapısında doğal olarak bulunduğunu belirten Coleman (1988, s. 98), amaca yönelik organizasyonlarında tıpkı bireyler gibi sosyal sermaye oluşturabilen aktörler (corporate actors) olarak değerlendirilebileceğini belirtir. Ancak ilgili çalışmada, sosyal sermayeyi bireysel aktörlerin sahip olduğu kaynaklar bağlamında ele aldığını vurgular.

Diğer taraftan Johnn Field (2008, s. 28), Coleman'ın sosyal sermaye konusunda Bourdieu'dan “daha büyük bir etkiye” sahip olduğunu belirtmektedir. Buna göre Coleman araştırmalarında, “sosyal sermayenin sadece güçlülerle sınırlı olmadığını, aynı zamanda fakirlere ve kenarda kalmış topluluklara da ciddi yararlar sağladığını” ortaya koyarak farklı bir perspektif geliştirmiştir. Bu perspektiften “sosyal sermaye bir kaynağı temsil eder, çünkü... karşılıklılık beklentilerini de içerir ve ilişkilerin yüksek derecede güvenle ve ortak değerlerle yöneltildiği daha geniş iletişim ağlarını kapsamak için herhangi bir bireyin ötesine geçer.”

Özetlemek gerekirse, “sosyal sermayenin işleviyle tanımlandığını” belirten Coleman (1990, s. 302) tarafından kavramın “sosyal ilişkilerin işlevselliği çerçevesinde bireyler [*ya da organizasyonlar*] için kullanışlı kaynakların üretilmesi ile eşanlamlı” olarak ele alındığı, bireyin rasyonelliğinden hareketle “aktörlerin amaçsal eylemlerini

¹⁴ Coleman'ın yaptığı *Primordial Social Organization* ve *Purposively Constructed Social Organization* ayrımının, daha önce bahsedilen Durkheim'in *Mekanik Dayanımcı Toplum-Organik Dayanımcı Toplum* ayrımıyla benzerlik göstermekte, ayrıca Coleman'ın sosyal sermaye yaklaşımında ortaya koyduğu grup dayanışması ve sosyal normlar yine Durkheim ile aynı paralelde değerlendirilebilmektedir.

¹⁵ Simmel'in ‘toplumsal etkileşim’ yaklaşımına daha önce yer verilmiş ve sosyal sermaye konusunda çalışan isimlere önemli bir zemin hazırladığından bahsedilmişti. Simmel ve Coleman'ın (ileride bahsedilecek diğer isimlerle birlikte) paralel düşünceleri, çalışmanın merkezinde yer alan ‘haberciliğin sosyal ilişkilerin sürdürüldüğü bir toplumsal alt-alan olarak değerlendirilmesi’ amacına dayanak oluşturması bakımından ayrıca önem taşımaktadır.

gerçekleştirmede ya da kolaylaştırmada sosyal ağlar ve ilişkilerin önemli olduğunu” belirtildiği vurgulanmaktadır. Dolayısıyla “normlar, güvenilirlik, sosyal ağlar, gönüllü birliktelikler başlı başına birer sosyal sermaye” kaynağı olarak değerlendirilmektedir (Aydemir, 2011, s. 62). “Coleman, Sosyal Kapalılık Kuramı ile sosyal sermayenin insan sermayesini yaratmadaki ve grup birliğini sürdürmedeki etkisini” araştırmaktadır. Bu bağlamda Sosyal Kapalılık Kuramı “yakın, sıkı, yani güçlü bağların, ağlarda kapalılık yarattığını, bu sayede bireyler arasında güven, yükümlülük norm gibi unsurların oluştuğunu ve sosyal sermaye yaratıldığını savunmaktadır” (Özdemir, 2007, s. 56, 248).

Görüldüğü gibi Coleman, sosyal sermaye konusuna, yapısal-işlevselci bir perspektiften yaklaşmakta ve her kesimden ya da sınıftan aktörler için sosyal sermayenin önemli olduğunu belirtmektedir. Özellikle eğitim konusundaki çalışmalarıyla öne çıkan ve eğitim başarısında sosyal sermayenin önemini vurgulayan Coleman, grup üyelikleri ve güçlü bağların sosyal sermaye açısından önemi üzerinde durmaktadır. Bu noktada Coleman’dan belirli açılardan ve önemli ölçüde ayrılan bir diğer isim olan Pierre Bourdieu’nun ele alınması gerekmektedir.

1.10.2. Pierre Bourdieu: Sermaye Biçimleri ve Toplumsal Eşitsizlikler

Pierre Bourdieu’nun sosyal sermaye yaklaşımına temel katkısı, geliştirdiği kendine has sermaye yaklaşımından ileri gelmektedir. Yazmış olduğu *Forms of Capital* makalesinde sermayenin farklı biçimlerini ele almaktadır. Bu çalışmada ekonomik sermaye, kültürel sermaye, sosyal sermaye olmak üzere üç tip sermaye biçimi sunarken, kültürel sermaye ve sosyal sermayenin içeriklerini ortaya koymaktadır (Bourdieu, 1986, s. 16). Ancak Bourdieu’nun sermaye konusuna yaklaşımı, onun daha genel olarak sosyal bilim ve daha özelde sosyoloji alanına getirdiği bakış açısıyla birlikte daha somut olarak anlaşılabilir.

Bu bağlamda, önceki dönemin büyük teorisyenleriyle sosyal sermaye kuramcıları arasındaki etkileşim, Bourdieu’da oldukça belirgindir. Bourdieu, çalışmalarında Durkheim, Weber ve Marx’ın çalışmalarıyla oldukça sıkı bir bağlantı içindedir. Weber’in *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* ve *Toplumsal ve Ekonomik Örgütlenme Kuramı* gibi eserlerinde de yer alan analizler, Bourdieu’nun çözümlemelerinde önemli etki sahibidir. Durkheim’in dayanışmacı toplum düşüncesini “sembolik formların sosyal işlevleriyle ilişkilendirdiği” ve “yepyeni bir sorun alanı

tanımladığı” belirtilir. Ayrıca “Marx’ın tarihsel maddeciliğinin yeniden inşası” girişiminde bulunur. Bu anlamda Bourdieu’nun Marx’tan “ayrıldığı temel nokta sınıf ve sınıfsal mücadeleler sorununu” ele alış biçimleridir. Bourdieu, Marx’ın geliştirdiği perspektif ile “politik-ekonominin maddeci yorumuyla geliştirilmiş bir ekonomik sınıf arayışının, sosyolojinin temelini oluşturamayacağı” kabulü ile hareket eder. Bu nedenle onun için sınıf kavrayışı, sadece “sosyal alanların incelenmesinin analitik araçlarından biridir” (Palabıyık, 2011, s. 125-126).

Bu nedenle, Bourdieu yöntembilim açısından bilgi-bilim felsefesinden kaynaklanan ayrışmaları uzlaştırmaya yönelik olarak; “özelci-nesnelci bilgi kuramlarını aşmayı” amaçlamaktadır. Bu açıdan, onun gerçekleştirdiği revizyon “bilimsel mirasın kendisini sürekli olarak yeniden yapısal bir çözümlemeye tabi tutma iddialarına sahip yapısalcı-inşacı tarihselci bir epistemolojiye dayanan açık uçlu bir taslak” mahiyetindedir (Arlı, 2014, s. 136).

Özne ve yapıyı uzlaştırma girişiminden yola çıkan Bourdieu, aslında oldukça geniş bir alana yayılmaktadır. “Sosyal gerçekliği anlamak ve açıklamak için bir dizi kavram seti kullanmıştır. Dolayısıyla sermaye konusuna olan yaklaşımı, düşünce sistemi içinde kullanmış olduğu *alan*¹⁶, *habitus*¹⁷, ve *oyun*¹⁸ gibi kavramlarla birlikte anlaşılabilirliği” (Aydemir, 2011, s. 46-47) belirtilmektedir.

Bu noktada verilen açıklamalar da göz önünde bulundurularak Bourdieu’nun sermaye teorisine geri dönülecek olursa, daha önce belirtilen sermaye biçimleri (ekonomik,

¹⁶ Bourdieu (2015, s. 62-63)’nın alan kavramı, “edebiyat, sanat veya bilim [vb.] üreten, yeniden üreten veya yayan kurum ve faillerin içerisinde konumlandıkları bir evreni” temsil etmektedir. Ayrıca bahsedilen alanlar “diğerleri gibi bir sosyal dünyadır ancak az veya çok daha hususi sosyal yasalara riayet eden bir dünyadır.” Dolayısıyla alan kavramının, “kendine özgü yasalarla donanmış mikrokozmosu [alan ve alt alanları] işaret ettiği” ve “kısmi bir özerkliğe sahip olduğu” anlaşılmaktadır. Bu bağlamda Bourdieu’nun birbirleriyle etkileşim içinde bulunan, her birinin kendine özgü mantığı ve kurallarının bulunduğu, çok sayıda alan ve alt alandan bahsettiği görülmektedir.

¹⁷ Bourdieu sosyolojisinin “merkez kavramlarından birine dönüştüğü” belirtilen *habitus*, “kişinin ya da kişiler kümesinin geçmiş deneyimlerinin içinde bütünleştiği kalıcı yatkınlıklar, elverişlilikler bütünü” ifade etmektedir. Bu bağlamda “bir sınıfın ya da topluluğun *habitus*’ü, düşünme ve eyleme konusunda kendiliğindenlik ve özgürlüğe sahip olduğuna ilişkin bir yanılsamadır” (Bourdieu, 1995, s. 243; *kavramın açıklaması kitabın sonuna çevirmen tarafından eklenen terimler sözlüğünden alınmıştır.*)

¹⁸ Bourdieu (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 82-83), alan içindeki aktörlerin birbirlerine göre olan durumunu açıklamak için *oyun* metaforunu kullanmıştır. “Alan ile oyun arasında benzerlik kurulabileceğini” belirten Bourdieu, alanların, oyunun oynandığı uzamlar olduğunu dile getirmektedir. “Esas olarak oyuncular arasındaki rekabetin ürünü olan *kazanılacaklar ve kaybedilecekler* vardır. Oyuna yatırım...söz konusudur. Oyuncular, ancak oyuna ve bahislerine olan inancı...paylaştıkları ölçüde oyuna katılır ve -bazen kıyasıya bir rekabetle birbirlerinin karşısına çıkarlar.” Ayrıca oyuncuların birbirleriyle rekabet ederken ellerindeki sermaye biçimleri ve bu sermayenin niceliksel durumlarına göre stratejiler ürettikleri belirtilir.

kültürel, sosyal sermaye) alan içinde bulunan aktörlerin ya da oyuncuların alan içinde elde etmeye çalıştıkları ya da kullandıkları kaynaklar olarak değerlendirilmektedir. Bourdieu bunu bir örnekle açıklamaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 82):

“[Oyuncular] Kozlara, yani güçleri oyuna göre değişen temel kartlara sahiptirler. Kartların görece gücü nasıl oyuna göre değişiyorsa, farklı sermaye türlerinin (iktisadi, kültürel, sosyal, simgesel) hiyerarşisi de farklı alanlarda değişir. Başka bir deyişle, her alanda etkili, geçerli olan kartlar vardır -bunlar temel sermaye türleridir- ama koz olarak görece değerleri, alanlara, hatta aynı alanın birbirini izleyen hallerine göre değişir. Daha temelde, bir sermaye türünün değeri -örneğin Yunanca’nın ya da entegral hesabı bilgisinin- bu sermayenin kullanılabileceği bir alanın, bir oyun alanının varlığına bağlıdır: Bir sermaye ya da bir sermaye türü, belli bir alanda hem mücadele silahı hem uğruna mücadele edilen şey olarak, sahibine belli bir iktidar, bir nüfuz kurma olanağı veren,...belli bir alanda var olmayı sağlayan şey olarak, belli bir alanda etkilidir.”

Böylelikle Bourdieu, belirli bir alanda ‘oyunun kurallarını’ peşinen kabul etmiş aktörlerin ‘edinilmiş yatkınlıkları’ ya da miras aldıkları sermaye biçimleri aracılığıyla bir çeşit mücadele ya da rekabet içerisine girdiklerini vurgulamaktadır. Bu sermaye biçimlerinin temel olarak ekonomik, kültürel, sosyal ve bu üçüne ek olarak simgesel sermaye biçimlerinde bulunduğu ifade edilmektedir.

Bu bağlamda Bourdieu’nun sermaye yaklaşımına ve sosyal sermayenin bu yaklaşım içindeki konumuna daha yakından bakmak gerekmektedir. Diğer sermaye türlerinin ekonomik sermayeden elde edilebileceğini vurgulayan Bourdieu, ancak bunun söz konusu alanda ihtiyaç duyulan iktidarı üretmek için ve sadece dönüştürmenin az ya da çok gerektirdiği maliyetlerle birlikte söz konusu olabileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla ekonomik sermayenin ikincil maliyetleri olmaksızın doğrudan erişim sağladığı mal ve hizmetlerin bulunmasına karşın, diğer birtakım kaynaklara erişimin ilişkilerden kaynaklanan sosyal sermaye olmaksızın, söz konusu olamayacağını belirtir (Bourdieu, 1986, s. 24). Yani sosyal sermaye, “bireyin ekonomik ve kültürel çevreyle olan yakınlıkları ve onlarla olan ilişkileri içinde bulunduğu veya yeni gireceği alanlarda ona kolaylık sağlar. Bu kolaylık ilişkisi kurduğu kişilerin ekonomik ve kültürel sermayelerinin gücüne bağlıdır” (Olgun, 2019, s. 60).

Ekonomik sermayenin sosyal sermaye için bir yatırım stratejisine dönüşebileceğini, hediye satın alma edimi üzerinden örneklendirir. Hediye satın alınırken, zaman ve ilgi harcanmasının da gerektiği belirtilirken, bu çabaların mübadelenin anlamını değiştirdiği ve ekonomik mübadele ilişkisinin gizlendiği vurgulanır. Ekonomik indirgemeci bakış

açısından zaman israfı olarak değerlendirilecek bu durum, aslında toplumsal mücadelenin mantığına büründürülen ve karlılığı uzun vadede ekonomik ya da diğer sermaye biçimleri şeklinde ortaya çıkacak sağlam bir yatırımdır (Bourdieu, 1986, s. 25).

Sermaye türlerinin dönüştürülebilirliği üzerinde duran Bourdieu, bu dönüşümlülüğün sermayenin ve sosyal alan içinde bulunulan pozisyonun yeniden üretilmesini sağlayan temel strateji olduğunu belirtmekte, yine de bu dönüşümlerin birtakım maliyetleri olduğunu vurgulamaktadır. Farklı türlerdeki sermayelerin kıyaslanabilir olmaması, sermaye biçimleri arasındaki mübadelelerde ciddi belirsizliğe sebep olmakta, yatırımların karşılığının geri döneceği garanti altına alınamamaktadır (Bourdieu, 1986, s. 25)

Özetle Bourdieu’da sosyal sermaye, alana ilişkin aktörler tarafından diğer sermaye biçimleri gibi yatırım stratejilerinde kullandıkları kaynaklardan birini ifade eder. Ancak Coleman’dan farklı olarak sosyal sermayeyi “sosyal sınıfların eğitim imkânlarına erişimi ve kullanımındaki eşitsizlikleri telafi eden” bir unsur olarak görmemektedir. Her ne kadar Coleman ile “akademik başarı oranlarındaki farkın toplumsal tabakalaşmanın malzemesini oluşturduğu” düşüncesinde birleşseler de Bourdieu, genel tutumuna uygun olarak, eğitim alanının sosyal yapı içinde bulunan sınıf temelli “eşitsizliklerin içselleştirilmesini sağladığını” (Aydemir, 2011, s. 53) vurgulamaktadır.

1.10.3. Robert Putnam: Amerikan Bowling Ligi ve Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye yaklaşımının üç temel kuramcısı olarak anılan isimlerden sonuncusu Robert Putnam’dır. Hatta Putnam, kavramın popülerleşmesinde en fazla etkisi bulunan isim olarak anılmaktadır (Field, 2008:40-41).

Putnam’ın konuya ilişkin önde gelen çalışmalarından olan *Making Democracy Work: Civic Traditions of Civic Italy*¹⁹’de İtalya’nın farklı bölgelerinde söz konusu olan gelişmişlik farklılıklarının sebepleri araştırılmaktadır. Adı geçen çalışma, “neden bazı demokratik yönetimler başarıyla bazıları başarısız olmaktadır?” sorusu ile başlamaktadır. Bu sorudan yola çıkan eserin son bölümünde ise niçin normlar ve sivil

¹⁹ Çalışmada özellikle Alexis de Tocqueville’in Amerika’da Demokrasi isimli eserinin, sosyokültürel geleneğin politik analizinde gelenekler ile toplumun politik pratikleri arasındaki ilişkiye ışık tutması nedeniyle önemli bir merkezi konumu bulunduğu vurgulanmaktadır (Putnam; Leonardi; Nonetti, 1993, s. 11). Bu bağlamda Putnam’ın sonraki çalışmalarında ve özellikle *Bowling Alone* kitabında Tocqueville’in Amerikan toplumsal yaşamı hakkındaki görüşlerinden önemli ölçüde etkilendiği anlaşılmaktadır.

katılım ağlarının etkili ve duyarlı yönetim olasılığını çok güçlü biçimde etkilediği, sivil geleneklerin uzun süre nasıl devam edebildiği soruları, sosyal sermaye kavramına dayanan teorik yaklaşım üzerinden açıklanmaktadır (Putnam; Leonardi; Nonetti, 1993, s. 3,16).

Putnam'ın bu çalışmasında, “sivil katılım kültürünün kurumların performansına olan etkilerini, demokrasi ve ekonomik kalkınma gibi toplumsal gelişmişlik göstergeleri üzerinde nasıl etkide bulunduğunu” değerlendirmiştir (Aydemir, 2011, s. 63). İtalya'nın kuzey ve güney bölgeleri arasındaki gelişmişlik farklılıkları değerlendirilirken “kamu politikasının görece performansı üzerine yoğunlaşp”, “kuzeydeki bölgenin görece başarısının nedeni olan kurumsal performansının temelinde hükümet ve sivil toplum arasındaki karşılıklı ilişkinin yattığı sonucuna varmıştır.” (Field, 2008, s. 42).

İtalya çalışmasından sonra, gerek Putnam'ın gerekse yaklaşımın popülerlik kazanmasında *Bowling Alone* isimli çalışmasının önemli etkisi bulunmaktadır. Putnam, kitabın temel ilgisinin Amerikan sivil ve sosyal yaşamında yaşanan dönüşümler hakkında olduğunu ifade etmekte, son yıllarda yaşanan bu değişimlerin sosyal bilimciler tarafından sosyal sermaye düşüncesi çerçevesinde ele alındığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda sosyal sermaye yaklaşımının temel düşüncesi, sosyal ağların değerli olduğu şeklinde açıklanmaktadır. Tıpkı bir tornavidanın (fiziksel sermaye) ya da bir kolej eğitiminin (beşerî sermaye) üretkenliği arttırabildiği gibi sosyal bağlantıların da bireylerin ve grupların üretkenliğini etkilediği belirtilmektedir (Putnam, 2000, s. 16).

Bu bağlamda Putnam'ın sosyal sermaye yaklaşımında öne çıkan unsurlar “sivil topluma verdiği yüksek önem ve katılımcılığa yaptığı vurgu” (Kitapçı, 2017, s. 21) şeklinde açıklanabilir. Putnam'ın diğer çalışmalarında ve *Bowling Alone*'da “ABD'nin toplam sosyal sermaye birikiminin düşüşte olduğunu” öne sürdüğünü belirten Field (2008, s. 135), “derneklere katılım oranları, bireylerarası karşılıklı güven seviyeleri, oy verme oranları ve sosyal olma derecesi” gibi göstergelerde gözlemlenen düşüşlerin bu iddiayı desteklemek için kullanıldığını belirtmektedir.

Ayrıca Putnam Amerika'da yaşanan sosyal sermaye düşüşüyle ilgili iddialarını açıklamak için ABD'deki Bowling Liglerine ait verilere de başvurmuştur. Bireysel sporlar arasında bulunan bowlingin, Amerika'da en popüler rekabet sporu olduğunu belirten Putnam, sosyal sermaye birikiminde yaşanan düşüşü bowling sporuyla ilgili

veriler üzerinden açıklamaktadır. Bowling oynayanların sayılarının diğer bireysel veya takım sporlarıyla uğraşanlardan çok daha fazla olduğunu dile getiren Putnam, diğer bireysel sporların aksine bowlingin, Amerikan orta sınıfındaki yaygınlığını vurgulamaktadır. Ancak nüfus artışıyla birlikte, her zamankinden daha fazla Amerikalının bireysel olarak bowling oynamasına karşın, bowling liglerine katılımın son derece hızlı bir biçimde düştüğünü belirtmektedir. Bu bağlamda Amerikan Bowling Ligi'ne katılım oranlarında 1945-1965 yılları arasında patlama yaşanmış, ancak son yirmi yılda çok sert bir düşüş söz konusu olmuştur. Ayrıca düşüşün aynı hızla devam etmesi durumunda, bowling liginin yakın zamanda ortadan kalkacağı ifade edilmektedir. Dolayısıyla, eskiden bireylerin bowling ligleri sayesinde birbirleriyle etkileşime girdikleri, bireysel olarak bowling oynamanın kişiler arasındaki sosyal etkileşimleri sınırladığı vurgulanmakta, bu durumun sosyal sermayenin yok olan bir diğer formuna örnek teşkil ettiği belirtilmektedir²⁰ (Putnam, 2000, s. 108-109).

Özetlemek gerekirse, Putnam, Amerikan toplumunun azalan sosyal sermayesine dikkat çekerken “Amerikan demokrasisinin Tocquevilleci temel taşının parçalanmaya başladığını” (Field, 2008, s. 42) ortaya koyması nedeniyle yaklaşımın son yıllarda gördüğü ilginin zirve noktasına çıkmasını sağlamıştır. Onun analizlerinde sosyal sermayenin Coleman ve Bourdieu'dan farklı olarak, bireysel düzlemde ziyade toplumsal bir düzlemde ele alındığı görülmektedir. Toplumsal yaşamda formal ve informal gruplara katılımın sosyal sermaye üzerindeki belirleyiciliği üzerinde durmuş, Amerika'daki toplumsal değişimler ile diğer birtakım faktörlerin sosyal sermaye üzerindeki aşındırıcı etkilerini açıklamıştır.

Genel olarak sosyal sermaye literatürünün oluşmasında James Coleman, Pierre Bourdieu ve Robert Putnam'ın üç temel kuramcı olarak katkıda bulundukları ifade edilmişti. Literatürün oluşmasında ve yaklaşımın gündeme gelmesinde öne çıkan dördüncü önemli isim ise Francis Fukuyama'dır.

²⁰ Bu doğrultuda Putnam televizyon izleme alışkanlıklarına dikkat çekmekte, Amerikalıların spor yapmak için gittikçe daha az zaman harcamalarına karşın spor müsabakalarını izlemek için gittikçe daha fazla zaman ve para harcadıklarını ifade etmektedir (Putnam, 2000, s. 110). Dolayısıyla teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının (özellikle televizyonun) sosyal sermaye erozyonunda bir etkisinin bulunup bulunmadığının sorgulanmasının önemli hale geldiği dile getirilmektedir (Putnam, 2000, s. 213). Putnam'ın konuyu kitle iletişim araçları bağlamında ele aldığı görüşleri, çalışmanın ikinci bölümünde ayrıca tartışılacaktır.

1.10.4. Francis Fukuyama: Güven Ağları ve Ekonomik Kalkınma

Putnam'ın son dönem çalışmaları paralelinde Fukuyama, sosyal sermaye literatürüne sivil toplum ve güven ağları bağlamında katkıda bulunmuştur. 1999 yılında yayınladığı çalışmasında, sosyal sermayenin “modern ekonomilerin etkili işleyişinde önemli bir unsur ve liberal demokrasinin olmazsa olmaz koşulu” olduğunu belirten Fukuyama (2010, s. 143), “sosyal sermayenin modern toplumların kültürel unsurunu oluşturduğunu” belirtmektedir. Sosyal sermayenin “gayri resmi normlardan” oluştuğunu, bu normların ise “gruplarda iş birliğine yol açması”, “dürüstlük, bağlılık, güvenilir olarak görevlerin yerine getirilmesi, karşılıklılığın korunması gibi geleneksel değerlerle ilişkili olması” (Fukuyama, 2010, s. 144) gerektiğini vurgulamaktadır.

Fukuyama, sosyal sermayeyi değerlendirirken, *Büyük Çözülme* olarak adlandırdığı toplumsal değişimlerin sosyal normlar üzerinde neden olduğu olumsuz etkilere temas etmektedir. Özellikle endüstrileşme ve ekonomik modernizasyonun sosyal değişme oranlarında yarattığı hızlandırıcı etki üzerinde durmaktadır. Bu bağlamda, *Büyük Çözülme* olarak adlandırdığı 1965-1995 yılları arasındaki 30 yıllık dönemi, bir dizi sosyal göstergenin karakterize ettiğini vurgulamaktadır. En önemli göstergenin ise, çekirdek ailelerin çöküşü olduğunu dile getirmektedir. Analizlerinde, toplumsal değişimin yarattığı büyük çözülmeyi gözler önüne seren; boşanma, evlilik dışı doğum, suç, çocuk istismarı, alkolizm ve madde bağımlılığı oranları gibi bir dizi ampirik veriyi kullanmaktadır. Ayrıca çekirdek ailenin çöküşü konusunda değişen sosyal normların arkasında, ekonomik ve teknolojik birtakım gelişmelerin (kadınların işgücüne katılımı, doğum kontrol ve kürtajin ortaya çıkması vb.) bulunduğunu ileri sürmektedir (Fukuyama, 1997, s. 386-426).

Dolayısıyla, “sosyal sermaye ile sosyal değerler, ekonomik gelişme ve sivil toplum gibi konularda detaylı çözümlemeler yaparak diğer düşünürlerden bazı noktalarda farklı bir yaklaşım” ortaya koyan Fukuyama, “sosyal değerleri ahlaka ve güvene dayalı olarak açıklama” çabasıdadır. Özellikle “aile ve akrabalık gibi yakın sosyal ilişkilerin ekonomik kalkınmaya olan katkılarını” çeşitli unsurlarla birlikte ele almaktadır (Aydemir, 2011, s. 74).

Bu anlamda sosyal sermayenin bireylerin sahip oldukları bir “özel mal” olmasının daha akla uygun olduğunu dile getiren Fukuyama (2010, s. 144-146), James Coleman'ın

sosyal sermayeyi ‘kamusal yarar’ olarak gören yaklaşımının “açık biçimde yanlış olduğunu” iddia etmektedir. Ayrıca toplumsal yapıya bağlı olarak, sosyal sermayenin negatif²¹ ya da pozitif yönlerinin söz konusu olabileceğini ifade etmektedir. Bu yönüyle sosyal sermayenin, sermaye biçimlerinden biri olarak değerlendirilmesi ve insanların amaçlarına ulaşmalarına yardım eden bir unsur olarak anlaşılması gerektiğini belirtmektedir.

Fukuyama (2010, s. 146-147), sosyal sermayenin anlaşılmasında ‘güvenin’ anahtar bir rolü bulunduğunu düşünmektedir. Ona göre; “gruplar sosyal sermayeyi belirli bir ‘güven kapsamı’ içine yerleştirir; yani bu aralarında iş birliği normlarının etkin olduğu insanlar dairesidir.” Grupların sahip oldukları sosyal sermaye “pozitif dışsallıklar” sağlıyorsa, güvenin sınırları grubun sınırlarının ötesine geçebilmektedir. Ters durumlar, yani sosyal sermayenin negatif dışsallıklara neden olduğu gruplar da söz konusudur. Bu tür gruplarda güvenin sınırları grup sınırlarından çok daha dar olabilmektedir.

Fukuyama’nın çalışmalarında, “ekonomik ve toplumsal refahın” yaratılmasında en önemli unsur olarak sosyal sermayeyi gördüğünü belirten Şan (2007, s. 75-76), ünlü kuramcının sosyal sermayenin “toplumların gelişme trendlerini açıklama imkânı” sağladığını söylediğini belirtmektedir. Ayrıca sosyal sermayenin güven ekseninde değerlendirildiği, “güvenin düşük olduğu toplumlarda büyük ölçekli sanayiler yaratmanın tek yolunun devlet müdahalesinden geçtiği”, güven düzeyinin yüksek olduğu toplumsal yapılarda ise sivil toplumun devletin desteğine ihtiyaç duymaksızın bu tür yatırımları gerçekleştirebileceği belirtilmektedir. Bu durumun gerekçesi, “yüksek düzeyde sosyal iş birliği gerektiren sosyal organizasyonlar tarafından gerçekleştirilen ekonomik faaliyetler” her ne kadar liberal pazarda çeşitli yasalar temelinde gerçekleşse de güven temelli sosyal sermaye olmaksızın yüksek bir performans sağlanamayacağı şeklinde açıklanmaktadır.

Sosyal sermaye yaklaşımının oluşmasında şimdiye kadar bahsedilen isimler ve yaptıkları çalışmaların temel nitelikte olduğu belirtilmişti. Ancak yaklaşıma sosyal ağ merkezli bakan çalışmalar da söz konusudur. Bir sonraki başlıkta, bu çalışmalar ele alınacaktır.

²¹ Fukuyama (2010, s. 146) sosyal sermayenin diğer sermaye biçimlerine oranla daha fazla “negatif dışsallık” doğurduğunu iddia eder. “Grup dayanışmasının, diğerlerine karşı duyulan düşmanlık pahasına kazanıldığı”, “dünyayı arkadaşlar ve düşmanlar şeklinde ayıran doğal insan eğiliminin” bu duruma sebep olduğunu ileri sürer.

1.10.5. Sosyal Sermayeye Ağ Yapısı Yaklaşımları

Sosyal sermaye konusuna, sosyal ağ merkezli yaklaşan önemli araştırmacılar bulunmaktadır. Bu isimler; Mark Granovetter, Ronald Burt ve Nan Lin şeklinde sıralanabilir. Sonraki başlıklarda, her bir araştırmacının konuya yaklaşımının ve katkılarının ana hatlarıyla incelenmesi amaçlanmaktadır.

1.10.5.1. Mark Granovetter: Zayıf Bağlar Yaklaşımı

Sosyal ağ analizinin sosyolojik teorisinin mikro ve makro seviyelerini bağlayıcı bir araç olarak önerildiğini belirten Granovetter, bireylerin karşılıklı güçlü ve zayıf ağ bağlantılarına odaklanmaktadır. Buna göre; iki kişinin diğer bireylerle olan ağ ilişkilerinin örtüşme derecesi, birbirleri arasındaki ilişkinin gücüne bağlı olarak değişmektedir. Bu ilkenin nüfuz ve bilginin yayılımı, hareketlilik fırsatları ve topluluklar üzerindeki etkilerinden bahsedilirken, ‘zayıf bağların gücü’ üzerine yoğunlaşmıştır. Böylelikle gruplar arasındaki ilişkilerin tartışılmasına olanak sağlandığı belirtilmektedir (Granovetter, 1973, s. 1360).

Granovetter’in temel argümanı, zayıf bağların sunduğu fırsatlar konusundadır. Çünkü zayıf bağlarla bağlı olan insanlar, birbirlerine en yeni bilgileri sağlamaktadır. Buna göre bir kişinin kişisel bağlantı ağı, kişiler arası ilişkilerinin sahip olduğu gücü değiştirmektedir (Brown ve Konrad, 2001, s. 438)

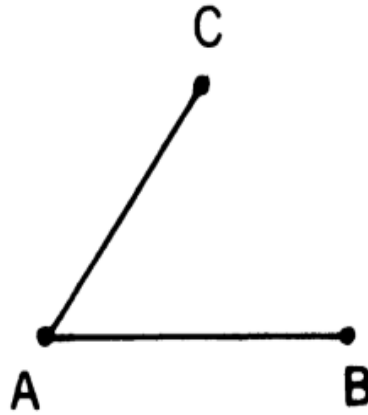
Kişiler arası güçlü bağların geçirilen zaman, duygusal yoğunluk, samimiyet ve karşılıklılık ile açıklanabileceğini dile getiren Granovetter, bu dört unsurun bir bağın güçlü ya da zayıf olup olmadığına karar vermek için yeterli olduğunun altını çizmektedir (Granovetter, 1973, s. 1361).

Rastgele seçilen iki kişi (A ve B) ve bu iki kişiden biriyle ya da her ikisiyle de bağlantısı olan insanlar kümesi ($S = C, D, E, \dots$) üzerinden zayıf bağlar yaklaşımı örneklendirilmektedir. İki kişi arasındaki bağlantıyla daha geniş olan temsili evren arasındaki ilişkiyi kurmayı sağlayan hipotez; A ve B arasındaki güçlü bağların, S kümesindeki diğer tüm bireylerin A ve B ile güçlü ya da zayıf bağlar kurmasıyla sonuçlanacağı şeklindedir. Kümedeki diğer bağlantılar A ve B arasındaki ilişkilerin zayıf ya da güçlü olmasına bağlıdır. A ile B arasında bağ yoksa diğer bağlar en az seviyede olacakken, A ile B arasındaki bağ güçlüyse diğer bağlar en yüksek seviyeye

çıkacaktır. A ve B arasında zayıf bağlar söz konusuysa küme içindeki bağlar orta seviyede olacaktır (Granovetter, 1973, s. 1362).

Yaklaşım A'nın B ve C ile güçlü bağlarının bulunduğu, ancak B ve C arasında bağ bulunmadığının varsayıldığı aşağıdaki şekil ile örneklendirilmektedir.

Şekil 5. B-C Bağının Yokluğu



Kaynak: Granovetter, 1973, s. 1363.

Şekil 5’de A-B ve A-C arasındaki güçlü bağlantıların, dolaylı kaynaklardan bilgi akışını zorunlu kıldığı belirtilmektedir. Böylelikle dolaylı bağlantılar olarak ifade edilen köprülerin önemli bir rolü bulunduğu ve sadece zayıf bağların köprü niteliği taşıdığı çıkarımı yapılmaktadır.²² Bu noktada, güçlü bağların ancak ilişkinin her iki tarafındaki kişilerin başka güçlü bağlara sahip olmaları durumunda köprü olabileceği dile getirilmektedir. Ancak zayıf bağlar bu tür sınırlandırmalara maruz kalmamakta ve bütün zayıf bağlar bilgi akışında köprü görevi görmektedir (Granovetter, 1973, s. 1364). Bu bağlamda, zayıf bağların yapı içindeki köprü pozisyonunun göstermek için aşağıdaki iki ilişki kümesi örnek olarak verilmektedir.

²² Bu noktada Granovetter (1973, s. 1362), güçlü bağların bilginin yayılmasındaki sınırlandırıcı etkilerini Newcomb’un bilişsel çelişki yaklaşımına atıfta bulunarak açıklamaktadır. A-B ve A-C arasında güçlü bağlarının bulunduğu ve B ve C’nin birbirlerinden haberdar oldukları durumda oluşacak bağın ortamda “psikolojik gerginlik” yaratması söz konusu olacaktır. Çünkü C, duygularının A’nın iyi arkadaşı olan diğerleriyle uyumlu olmasını isteyecektir. Benzer durum B içinde söz konusudur. Zayıf bağlarda ise bu tür psikolojik sınırlamalar söz konusu olmamaktadır.

insana ulaşabilmekte ve daha fazla toplumsal mesafe kat edebilmektedir (Granovetter, 1973, s. 1365-1366).

Bu anlamda, güçlü bağlar samimi, duygusal olarak yoğun ve sıklıkla etkileşimde bulunulan kişilerle olan ilişkileri açıklamak için kullanılmaktadır. Ancak güçlü bağlar, aynı çevre içinde hareket etme eğilimindedir. Dolayısıyla bireyin samimi ilişkilerinin söz konusu olduğu yakın çevresi, elde edebileceği yeni bilgilerin akışına sınır koymakta ve gereksiz bilgiler tekrarlanmaktadır. Alternatif olarak diğer insanlarla söz konusu olan zayıf bağlar, yeni bilgi kaynaklarına olan erişimlerinden dolayı daha faydalı olmaktadır. Granovetter için zayıf bağlar, duygusal yoğunluk içermeyen ve sık olmayan etkileşimler ile diğer insanlarla aramızda köprü görevi görmektedir. Güçlü bağlar genellikle, bireylerin çalışma alanlarının dışında alanlardan ya da mesleklerden insanlarla kurulduğu için yeni bilgi ya da fırsatlardan haberdar olunmasında etkili değilken, zayıf bağlar genellikle bireylerin kendi çalışma alanlarından insanlarla kurulduğundan gerekli bilgilerin sağlanmasında daha faydalıdır (Brown ve Konrad, 2001, s. 438-439).

Dolayısıyla Granovetter tarafından ortaya atılan güçlü ve zayıf bağlar yaklaşımı ve onun zayıf bağlara atfettiği önem sosyal sermaye literatürü içerisinde zamanla oldukça önemli bir yer işgal etmiş ve özellikle Ağ-Yapısı yaklaşımı içerisinde yoğun biçimde kullanılmıştır.

1.10.5.2. Ronald S. Burt: Yapısal Boşluk Kuramı

Ronald Burt (1992, s. 8-13) *Yapısal Boşluklar* isimli çalışmasında, sosyal sermaye konusunda açıklamalarda bulunurken, bireyler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu ağların sosyal sermayenin bir türü olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu anlamda geliştirdiği *yapısal boşluklar* yaklaşımıyla sosyal sermaye yaklaşımını güçlü bir biçimde ilişkilendirmekte ve rekabetçilik açısından diğer sermaye biçimleriyle birlikte sosyal sermayenin son derece kritik bir öneme sahip olduğunu vurgulamaktadır.

Sosyal sermayenin iki farklı ağ yapısı içinde ortaya çıktığını öne süren Burt, ilkinin ‘kapanma’²³ olarak da ifade edilen ve ağ içerisindeki üyelerin güçlü bir şekilde

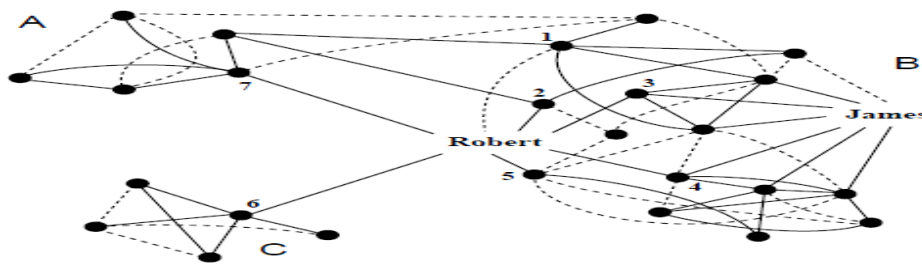
²³ Coleman, öğrencilerin okuldan ayrılma davranışlarının “grup kapalılığı” olarak adlandırdığı durumdan kaynaklandığını öne sürmektedir. Dolayısıyla Coleman’ın yaklaşımında sosyal sermaye kapalı gruplar içindeki güçlü bağlar ve güven gibi unsurlardan kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda Burt, ortaya koyduğu ‘yapısal boşluk’ yaklaşımı çerçevesinde Coleman’ın grup kapalılığı ile ilgili açıklamalarını ve ortaya koyduğu hipotezleri yeniden değerlendirmeye alarak, kimi noktalardan eleştirmektedir. Ayrıntılı bilgi için bakınız: (Burt, 2001, s. 47-49).

birbirlerine bağı olmalarının ürettiği sosyal sermaye olduğunu dile getirmektedir. Yapısal boşluklar olarak adlandırılan ikinci ağ yapısının ise bireylerin diğer gruplarla olan aracı bağlantılarının ürettiği sosyal sermayeyi açıklamak için kullanıldığını açıklamaktadır (Burt, 2001, s. 31).

Sosyal sermayenin bazı avantajlar hakkında bir metafor olarak ele alındığını dile getiren Burt, toplumun insanların çeşitli malları ve fikirleri değiş tokuş ettiği bir pazar olarak görülebileceğini öne sürer. Bu noktada bazı insanların toplumsal yaşamın çeşitli yönleri açısından diğerlerine göre daha başarılı olduklarına dikkat çekilirken, beşerî sermayenin bu farklılıkları açıklama konusunda önemli bir gösterge olduğu belirtilir. Sosyal sermayenin ise beşerî sermayenin bağlamsal tamamlayıcısı olduğu, kavramın başarılı insanların daha iyi bağlantılara sahip olduğunu ifade eden bir metafor olarak değerlendirildiği vurgulanır (Burt, 2001, s. 31-32).

Sosyal sermayenin bir metafor olarak kullanımında “daha iyi bağlantılı olmanın” ne anlama geldiği konusunda anlaşmazlıkların bulunduğunu dile getiren Burt (2001, s. 33), bağlantıların pazarın tarihsel koşullarında temellendiğini vurgulamaktadır. Bazı insanların diğer bazılarıyla daha sık tanıştıkları, karşılaştıkları, mübadele ilişkileri içerisine girdiklerinin altını çizen araştırmacı, bu noktada bireylerin birbirleriyle girdikleri ilişkilerde doğan yapısal boşlukları aşağıdaki diyagram aracılığıyla açıklamaktadır.

Şekil 7. Sosyal Organizasyon



Tablo 5. Grup İçi ve Gruplar Arasındaki İlişki Yoğunluğu Tablosu

.65			Grup A (5 Kişi, 8 Bağ; 5 Güçlü, 3 Zayıf)
.25	.25		Grup B (17 Kişi, 41 Bağ; 27 Güçlü, 14 Zayıf)
.00	.00	.65	Grup C (5 Kişi, 8 Bağ; 5 Güçlü, 3 Zayıf)

Kaynak: Burt, 2001, s. 33.

Yukarıdaki diyagramda herhangi bir zamanda bireyler arasındaki bağlantıların gösterildiğini belirten Burt, şekilde ilişki ağlarının yoğunluğunun yansıtıldığını ifade etmektedir. Burada insanların noktalarla, ilişkilerin ise çizgilerle gösterildiği açıklanmaktadır. Kesintisiz çizgilerin güçlü bağları, kesik çizgilerin ise zayıf bağları temsil ettiği belirtilmektedir. Bu bağlamda Şekil 7’de Robert ve James’in bağlantı sayılarının aynı olduğuna dikkat çeken Burt, ancak Robert’ın diğer grup üyeleriyle (6 ve 7) olan güçlü bağlantıları nedeniyle avantaj elde ettiğini vurgulamaktadır. Bu durum Robert’a, grup A ve grup C’den bilgi akışı sağlamaktadır (Burt, 2001, s. 33,35).

Toplumu pazara benzeten Burt, en iyi alışverişi seçmek için mevcut mallar, alıcılar, satıcılar ve fiyatlar hakkında bilgi sahibi olunması gerektiğini belirtir. Bilgilerin pazarda dolaşımının öncelikle gruplar içinde gerçekleştiği, ancak daha sonra gruplar arasında dolaşıma girebildiği vurgulanmaktadır. Bu durumu sunduğu ilişki ağı tablosu ve ilişki yoğunluğu tablosu üzerinden örneklendiren araştırmacı, grup içi ilişkilerin gruplar arası ilişkilerden daha yoğun bir nitelik taşıdığını, dolayısıyla insanların fırsatlardan eş zamanlı olarak haberdar olamadığını ifade eder. Bilginin yayılması bir zaman aralığı gerektirdiğinden, daha erken veya daha kapsamlı şekilde bilgiye ulaşabilenler avantaja²⁴ sahiptir (Burt, 2001, s. 34).

Bu bağlamda Şekil 7’de gösterilen bağların ‘yapısal boşluklar’ olduğu belirtilir. Bilgi elde edilmesi, yayılması ve kontrolünde ağ içindeki konumun sağladığı bağlantılar, yani yapısal boşluklar sosyal sermaye avantajı sağlamaktadır. Dolayısıyla sosyal sermaye, aracılık fırsatlarının bir işlevi olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda yapısal boşluklar birer tampon işlevi görmekte, bariyerin iki tarafındaki gruplar içerisinde farklı bilgi akışları gerçekleşmektedir. Aracılar yapısal boşluklarda kurdukları ilişkilerle, grup içinden gelen ve birbirini tekrarlayan gereksiz bilgiler yerine, farklı kaynaklardan bilgi akışı sağlamaktadır (Burt, 2001, s. 35).

Böylelikle yapısal boşlukların getirdiği üç temel avantaj söz konusu olmaktadır. Bunlar; bilginin çeşitliliği, bilginin kontrolü ve bilginin elde edildiği zamandır. Her şeyden önce yapısal boşluklar alternatif görüş ve uygulamalara erişim sağlamaktadır. İkinci olarak

²⁴ Tam bu noktada Burt’ün Yapısal Boşluklar (1992) kitabında avantajlı ağ konumlarında bulunanları açıklamak için *tertius gaudens* kavramını kullandığı belirtilmelidir. George Simmel’den alınan kavramın, bireyin karşıt grup üyeliklerinden elde ettiği özgürlükleri ya da kazançları vurguladığı belirtilmektedir. Bu anlamda kavram “kazançlı çıkan üçüncü” şeklinde açıklanmaktadır. İki veya daha fazla alıcı karşısında satıcının fiyat yükseltmeye çalışması bu duruma örnek olarak verilmektedir (Burt, 1992, s. 30-31).

yeni görüş ve uygulamalara daha erken ulaşılması söz konusu olmaktadır. Son olarak ise elde edilen bilgilerin gruplar arasında dolaşıma sokulabilmesini sağlamaktadır (Burt, 2005, s. 23).

Öyleyse bu yaklaşıma göre toplumsal ilişkilerde gruplar arasında oluşan yapısal boşluklarda pozisyon alarak farklı gruplarla, çevrelerle ya da alanlarla ilişki geliştiren ya da doğuştan bu ilişkileri miras alan bireyler, sosyal sermaye avantajına sahip olmaktadır.

1.10.5.3. Nan Lin: Sosyal Sermayenin ‘Network’ Kuramı

Lin (2000, s. 786), günümüzde sermaye teorisinin Marksist klasik yorumundan farklı bir noktaya evirildiğini ve bu yeni bakış açısının fiziksel sermayeyle birlikte beşerî sermaye, kültürel sermaye, sosyal sermaye gibi farklı sermaye formlarını ele alması nedeniyle yeni-sermaye teorisi olarak adlandırıldığını vurgulamaktadır. Klasik yaklaşımda sermaye sadece burjuva sınıfıyla ilişkili (sadece burjuva sınıfının yatırım yaptığı ve elde ettiği) bir kavram olarak ele alınırken, yeni yaklaşımın aktör temelli bir perspektifte bulunduğu ve sermayenin bütün bireylerin ya da toplulukların yatırım yapabildiği ve elde edebildiği bir kaynak olarak ele alındığı belirtilmektedir.

Sosyal sermaye konusunda gelişmiş çalışmalar çerçevesinde “ihtilafları ve tartışmaları teşhis etme, kritik noktaları üzerinde düşünme” ve bu doğrultuda “bir kuram tasarımıyla kavramsal ve araştırma stratejileri sunmayı” amaçlayan Nan Lin (2010, s. 171-172), 1999 yılında yayınladığı *A Network Theory of Social Capital* çalışmasında, sosyal sermayeye ilişkin geliştirilecek olan “kuram ve araştırma girişimlerinin sosyal network’ler içerisindeki yerleşik kaynaklar” üzerine odaklanması gerektiğini öne sürmektedir. Bu anlamda kavramın gelişim sürecinde söz konusu olan karmaşıklık ve ihtilaflara dikkat çekilerek, sosyal sermaye konusunda “sosyal networklerin içerisindeki varlıkların” merkeze alınması gerektiği savunulmaktadır.

Bu noktada bir diğer çalışmasında 1970’lerin sonlarında ve 1980’lerin başlarında birbirlerinden bağımsız şekilde gelişen *sosyal sermaye teorisi* ile *sosyal kaynaklar teorisi*²⁵ arasında bir yöndeşme bulunduğu dikkat çeken Lin (1999, s. 471), her iki

²⁵ Bu yaklaşım, kişilerin doğrudan ya da dolaylı bağlantıları yoluyla erişebildikleri kaynaklar ve bu kaynaklar yoluyla elde ettikleri statü üzerine yoğunlaşmaktadır. Örneğin bir arkadaşın ve bir arkadaşın arkadaşının sahip olduğu mesleki ya da otorite pozisyonu, iş bulmak gibi belirli amaçlara ulaşılmasına yardımcı olan sosyal kaynaklardır (Lin, 1999, s. 467-468).

yaklaşımın temel vurgusunun sosyal bağlantılar içinde bulunan kaynaklara erişim konusunda olduğunu belirtmektedir. Bu iki yaklaşımın yakınlaşmasının, sosyal bağlantılar içine gömülü erişilen ve harekete geçirilen kaynakların araçsal kullanımına odaklanan bir sosyal teori gelişimini bütünleştirdiği ve güçlendirdiği üzerinde durulmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermaye düşüncesinin sosyal kaynaklar yaklaşımına önemli bir teorik zemin sağlarken, sosyal kaynaklar yaklaşımının ise sosyal sermayenin ampirik açıdan operasyonel hale gelmesine katkı sağladığı vurgulanmaktadır.

Sosyal sermaye konusundaki ihtilaflı noktalar ve tartışmalara karşın “kavramın ardındaki aksiyomun gayet basit ve açık” olduğunu dile getiren Lin (2010, s. 176-178), sosyal sermayenin “beklenen getirileriyle birlikte sosyal ilişkilere yapılan yatırım” olarak ele alındığını vurgular. Diğer pek çok araştırmacının da bu tanım üzerinde birleştiklerine dikkat çeker. Bu noktadan hareketle “sosyal networkler içerisine yerleşik kaynaklar” olarak tanımladığı sosyal sermayenin ne işe yaradığıyla ilgilenir.

Sosyal sermaye konusundaki farklı yaklaşımlar ve tartışmalı konular²⁶ üzerine giden Lin, yaklaşıma ilişkin iki temel bakış açısı bulunduğuna dikkat çeker. Bunlardan birincisi sosyal sermayenin mülkiyeti konusundadır. Birinci yaklaşımın “sosyal sermayenin bireyler tarafından kullanılması üzerine” odaklandığını, ikincisinin ise sosyal sermayeye “kolektif bir varlık olarak” yaklaştığını vurgular. Diğer taraftan hangi bakış açısını benimsemiş olursa olsun araştırmacıların, sosyal sermayeyi bireyler arasındaki “etkileşimlerin mümkün kıldığı” konusunda birleştiklerini belirtir (Lin, 2010, s. 178-180).

Bu bağlamda, sosyal sermayeyi makro düzeyde kolektif bir varlık olarak ele alan yaklaşımların, kuramın analizini zorlaştırdığı, “bireysel etkileşimler ve network’leşmedeki köklerinden koparıldığında, sosyal sermayenin yalnızca sosyal bütünleşme ve dayanışma kurma ve geliştirme bağlamında” ele alındığı vurgulanır. Bu anlamda “sosyal sermayenin kültür, güven gibi kolektif varlıklardan ve mallardan ayrılması gerektiğini”²⁷ öne sürer (Lin, 2010, s. 182-183).

²⁶ Nan Lin (2010, s. 181) sosyal sermaye konusundaki yaklaşım farklılıklarının ölçüm sorunlarına ve “karışıklıklara” sebep olduğunu dile getirmektedir.

²⁷ Sosyal sermayenin güven veya normlar gibi kolektif kaynaklardan ayrı değerlendirilmesi gerektiğini söylen Lin (2010, s. 182-183), bunların “ilişkileri ve ağları geliştirici ve yerleşik kaynakların yararlılığını güçlendirici” unsurlar olarak ele alınabileceğini belirtir. Ancak bu gibi unsurların “sosyal sermayenin

Lin'in eleştirisi getirdiği bir diğer tartışmalı nokta, temel teorisyenler olarak isimleri ve çalışmaları daha önce zikredilen Coleman, Bourdieu ve Putnam'ın "sosyal ilişkilerde ve sosyal ağlarda kapalılık ve yoğunluk" bulunduğu ön kabulleridir. Bourdieu'nun sosyal sermayeyi hâkim sınıfların kendi pozisyonlarını yeniden ürettikleri bir yatırım stratejisi olarak gören yaklaşımında "grupların kapalılığı ve yoğunluğu gerekmektedir." Coleman ise sınıf temelli olmasa da "network kapalılığını sosyal sermayenin ayırt edici üstünlüğü olarak görür." Lin, bu isimlerin aksine "sosyal sermayenin yararlı olması için network yoğunluğunun ve kapalılığının gerekmediğini veya bunun gerçekçi olmadığını" vurgular. "Kapalılığın veya yoğunluğun sosyal sermaye için bir gereklilik" olarak kabul edilmesinin "köprülerin, yapısal boşlukların veya zayıf bağlantıların önemini inkâr etmek" anlamına geldiğini belirtir (Lin, 2010, s. 183-184).

Lin'in üçüncü eleştirisi noktası, Coleman'ın sosyal sermayeyi işlevsel biçimde kavramsallaştırmasıdır. Coleman'ın sosyal sermayeyi ele alışının "totoloji" içerdiğini belirten Lin, bu durumda "sosyal sermayenin işe yaradığında ve işe yarıyorsa tanımlanabileceğini" ifade eder. Böylelikle "sosyal sermayenin potansiyel nedensel açıklaması ancak sonucuyla veya belirli bir eylem içerisindeki belirli bir bireye sağlanan kazanca dayanan bir yatırım olup olmamasıyla" açıklanabilmektedir. Bu durum ise "her bireysel olay için iyi bir öngöründe bulunulması gerekliliğini" ortaya çıkararak, sosyal sermayenin bir kuram olma özelliğini sınırlandırmaktadır (Lin, 2010, s. 184-186).

Ayrıca araştırmacı tarafından dikkat çekilen bir diğer nokta, sosyal sermaye eşitsizlikleridir. Tüm bireylerin ya da sosyal grupların aynı düzeyde sosyal sermaye elde edemedikleri ya da sosyal sermayenin kazançlarından faydalanamadıklarının altını çizen Lin, bu durumun ardında iki temel neden bulunduğunu ileri sürmektedir. Bunlardan birincisinin birey ya da grubun yer aldığı görece dezavantajlı sosyo-ekonomik pozisyon olduğu belirtilmektedir. İkinci nedenin ise, Homans, Lazarsfeld, Merton ve Lauman gibi araştırmacıların çalışmalarında da belirtildiği üzere, bireylerin homophily (bireylerin benzer grup ve sosyo-ekonomik karakteristikleri paylaştıkları insanlarla ilişki geliştirmeye meyilli olmaları) eğilimi olduğu vurgulanmaktadır. Bu nedenle, belirli bir sosyal grubun üyeleri, aynı grubun diğer üyeleriyle ağbağları oluşturma eğiliminde bulunmaktadır. Bu bağlamda sosyal sermaye eşitsizlikleri, cinsiyet ve ırksal farklılıklar

alternatif biçimleri olduğu" varsayımlarını kabul etmez. Bu nedenle Putnam ve Fukuyama'nın aksine 'güven' unsurunu sosyal sermayenin ölçümü konusunda bir gösterge olarak ele almaz.

temelinde ele alınmaktadır. Sosyal sermayeye erişim, sosyal grupların (cinsiyet ya da ırk) avantajlı ya da dezavantajlı yapısal pozisyonlarından kaynaklanmaktadır. Yapılan çalışmalar, kadınlar ve azınlık gruplarının sosyal sermaye konusunda dezavantajlı konumda bulunduğunu doğrulamaktadır (Lin, 2000, s. 786-787,793).

Lin tarafından geliştirilen sosyal sermaye modelinin, “yazındaki farklı disiplinlere ait kavramlaştırmaları ve kuramlaştırmaları entegre edebilecek bir genel sosyal sermaye kuramının temeli olmaya aday” olduğunu belirten Öztaş (2007, s. 95), bu bakış açısının sosyal ilişkilere odaklanan analiz aracı olarak kullanılabilecek kavramlar²⁸ ve ölçüm yöntemleri²⁹ ortaya koyması nedeniyle sosyal sermaye yaklaşımına “analitik özellikler kazandırdığını” ileri sürmektedir.

1.10.6. Uluslararası Kuruluşların Sosyal Sermaye Çalışmaları

Sosyal sermaye yaklaşımına ilişkin olarak ana damar çalışmaların yanında uluslararası kuruluşlar bünyesinde zikredilmesi gereken bazı araştırmalar da söz konusudur. Bu başlık altında temel olarak literatüre ilişkin önemli katkıları bulunan FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü), ECLAC, Dünya Bankası ve OECD örgütlerinin araştırmalarına değinilmesi amaçlanmaktadır. Dolayısıyla ilgili kuruluşların konuyla ilgili çalışmalarından ana hatlarıyla bahsedilerek, son kısımda bu dört kuruluşun sosyal sermaye yaklaşımlarını özetleyen bir tabloya yer verilecektir.

Dünya Bankası (World Bank)

Sosyal sermaye konusunda dikkat çekilmesi gereken en önemli uluslararası kuruluş Dünya Bankası’dır. Yoksullukla mücadele etme ve geliştirmekte olan ülkelerdeki refah ve adaleti tesis etme (Worldbank, 2018) gibi iki temel amacı bulunduğunu deklare eden Dünya Bankası’nın sosyal sermaye konusuna özel önem gösterdiği ve konuyla ilgili araştırmaları desteklediği görülmektedir. “Dünya Bankası’nda sosyal sermaye tartışmaları Putnam’ın, 1993 yılında İtalya bölgesel politika ve kalkınmasıyla ilgili yazmış olduğu ünlü çalışmasından sonra yoğunlaşmış”, kuruluş politikaları doğrultusunda “sosyal sermaye teorisini sahiplenmiş ve gerçek hayatta pek çok projede

²⁸ Daha önce açıklanan “yoğunluk, açıklık, köprü, zayıf ve kuvvetli bağlar” gibi kavramlar kastedilmektedir (Öztaş, 2007, s. 95).

²⁹ Nan Lin tarafından geliştirilen *isim üretici* ve *pozisyon üretici* gibi sosyal sermayenin ağbağ analizine olanak veren ölçüm araçlarıdır (Öztaş, 2007, s. 95).

teoriyi kullanarak deneyimlemiştir. Bu süreç teorinin tekrar tekrar tanımlanmasına ve geliştirilmesine olanak sağlamıştır” (Baysal Balcı, 2015, s. 2-3).

Dünya Bankası bünyesinde sosyal sermaye konusunda pek çok tartışma söz konusu olmuştur. Tartışmalar paralelinde kavrama pek çok kesimden eleştirilerin yoğunlaştığı görülmektedir (Bebbington; Guggenheim; Olson vd., 2004).

Bu tartışmalar üzerine Dünya Bankası bünyesinde bulunan Michael Woolcock’un çalışmaları ön plana çıkmaktadır. Woolcock, “Dünya Bankası’nın sosyal sermaye yaklaşımlarını eleştirmiş, teorik bir çerçeve çalışması yapmış ve sosyal sermaye kavramına gelen eleştirileri cevaplamıştır.” Ayrıca “sosyal sermaye için bir ölçme yöntemi oluşturmuş ve sosyal sermaye kavramının daha somut araçlara dönüştürülmesi gerektiğini savunmuştur” (Baysal Balcı, 2015, s. 3).

Bu paralelde Woolcock sosyal sermayenin, sosyologlar başta olmak üzere tükenmiş olduğunu belirttiği modernizasyon ve dünya sistemleri kuramlarının ötesine geçen verimli bir kavramsal ve politik araç sağladığını vurgulamaktadır. Bu açıdan sosyal sermayenin en büyük yararının, zamanın sosyopolitik sorunlarına çok disiplinli bir giriş imkanı sağlaması noktasında olduğunu belirtmektedir. Diğer taraftan sosyal sermaye hakkında halen öğrenilecek çok şey olduğunun altını çizen araştırmacı, konu hakkında daha güvenilir teorik iddialar ortaya konulabilmesi için daha fazla ampirik kanıtı ihtiyaç bulunduğunu dile getirmektedir (Woolcock, 1998, s. 188).

Bir diğer çalışmasında sürdürülebilir ekonomik kalkınma açısından sosyal sermayenin kilit bir önemi olduğunu savunan Woolcock, çeşitli toplumsal veya ekonomik şokların önüne geçilmesinde ve işbirliğinin sağlanmasında toplumsal ilişkilerin doğru hale getirilmesinin zorunluluğunu ortaya koymaktadır (Woolcock, 2001, s. 25-26).

Yakın dönemli bir diğer çalışmasında ise (Woolcock, 2010, s. 481-482), sosyal sermaye kavramına ilginin ve eleştirilerin artmaya devam ettiğini vurgularken, kavramın işgal ettiği konum nedeniyle eleştirmeye mahkum olduğunu kabul etmektedir. Ancak yine de sosyal sermayenin kolektif eylem, ekonomik kalkınma, demokrasi ve yönetim gibi yönlerden son derece önemli olmaya devam ettiğini tekrar etmektedir.

Dolayısıyla Woolcock’un çalışmaları, “Dünya Bankası’nın kalkınma yaklaşımlarını değiştirmiş ve bunun sadece tek bir açıdan yapılacak çalışmalar ile kalkınmaya fayda

sağlayacak dinamikler olmadığını göstermiştir.” Diğer taraftan “kavramı güncellemiş ve ölçülebilir bir değer olması için ölçme modelleri ve yöntemleri geliştirmiş, Dünya Bankası’nın kalkınma projelerinde veri toplamak için kullanılır hale getirmiştir” (Baysal Balcı, 2015, s. 5).

Genel olarak, Dünya Bankası’nın sosyal sermaye yaklaşımında Woolcock’un önemli etkisi olmakla birlikte, diğer birçok çalışmanın kuruluş bünyesinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu anlamda kuruluş tarafından ülkelerin sosyal sermayelerini ölçmeye yönelik çeşitli çalışmaların gerçekleştirildiğini belirtmek mümkündür.

Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)

Sosyal sermaye konusuna önem veren ve odak noktası haline getiren en önemli ikinci kuruluş Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) şeklindedir.

OECD’nin misyonu, “dünyanın dört bir yanındaki insanların ekonomik ve sosyal refahını artıracak politikaları teşvik etmek” (OECD, 2018) şeklinde ifade edilmektedir. Kuruluşun sosyal sermayeye olan ilgisi ve çalışmaları da bu doğrultudadır.

OECD’nin 2000’li yıllardan itibaren konuya ilgisinin arttığı görülmektedir. Bu anlamda Temple (2000) tarafından OECD bünyesinde yayınlanan, *OECD Ülkelerinde Eğitim ve Sosyal Sermayenin Büyümeye Etkileri (Growth Effects of Education and Social Capital in the OECD Countries)* isimli çalışm,a kuruluş bünyesinde gerçekleştirilen ilk yayınlar arasında yer almaktadır. OECD (2001) bünyesinde yayınlanan bir diğer önemli çalışma, *Milletlerin Refahı: Beşeri ve Sosyal Sermayenin Rolü (The Well-being of Nations: The Role of Human and Social Capital)* başlığını taşımaktadır. Bir diğeri ise, Ionescu (2005)’nun *Sosyal sermaye: Post-Komünist Topluluklarda Kümeler İçin Temel Bir Bileşen (Social Capital: A Key Ingredient for Clusters in Post-Communist Societies)* çalışmasıdır. Yine OECD (2006) tarafından *Sosyal Sermaye ve Su Ürünleri Sübvansiyon Reformu (Social Capital and Fisheries Subsidy Reform)* isimli bir çalışmanın yayınlandığı görülmektedir. OECD tarafından gerçekleştirilen çalışmalardan bazıları aşağıdaki gibidir:

- Luiz de Mello (2010), *Mali Yerel Yönetim Sosyal Sermayeyi Güçlendiriyor mu? Çapraz Ülke Bulguları ve Brezilya ve Endonezya’nın Deneyimleri (Does Fiscal*

Decentralisation Strengthen Social Capital? Cross-Country Evidence and the Experiences of Brazil and Indonesia)

- Katherine Scrivens, Conal Smith (2013), *Sosyal Sermayenin Dört Yorumu: Ölçüm İçin Bir Gündem (Four Interpretations of Social Capital: An Agenda for Measurement)*
- OECD (2017), *2005 yılına göre Sosyal sermaye göstergelerinde değişim: OECD ülkelerinin payı (Change in selected social capital indicators, relative to around 2005: Share of OECD countries)*
- OECD (2017), *Ülkelerin 2005 yılına göre seçilmiş sosyal sermaye göstergelerinde değişim: Göstergelerin payı (toplamda 2 göstergeden) (Countries' changes in selected social capital indicators, relative to 2005: Share of indicators (out of 2 indicators in total))*

OECD'nin sosyal sermaye konusunda diğer dillerde de yayınlarının bulunduğu belirtilmelidir. Ayrıca ülkelerin sosyal sermayelerinin ölçülmesine yönelik kimi çalışmalar da kuruluş bünyesinde gerçekleştirilmektedir. Başta belirtildiği gibi, kuruluşun amaçları doğrultusunda sosyal sermayeyi; kalkınma ve refahın artırılmasında, iş birliklerinin tesis edilmesinde önemli bir unsur olarak ele aldığı görülmektedir.

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)

Sosyal sermaye konusunda çalışmalarda bulunan veya mevcut çalışmaları destekleyen önde gelen kuruluşlardan biri de Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)'dur. "Dünya'daki gıda ve tarımla ilgili çalışmaları organize edip geliştirerek gıda güvenliğini sağlamayı" (MFA, 2018) amaçlayan örgütün bünyesinde, sosyal sermaye bağlamında çalışmaların söz konusu olduğu görülmektedir.

Bu anlamda Valentinov, Matsibora, Malik (2004) tarafından gerçekleştirilen *Tarım İşletmelerinin Örgütlenmelerinde ve Kırsal Toplulukların Dönüşümünde Sosyal Sermayenin Etkileri: Ukrayna Örneği* isimli çalışma, Modrite Pelse (2004) tarafından yapılan *Kamu Kuruluşları Bağlamında Letonya'nın Kırsal Alanlarında Sosyal Sermaye*, Flores ve Rello'nun (2003) ortaya koyduğu *Meksika ve Orta Amerika'daki Vaka Çalışmalarından Sosyal Sermaye ve Yoksulluk Dersleri* kuruluş ile bağlantılı olarak yayınlanan çalışmalar arasındadır.

Ayrıca FAO tarafından yayınlanan, *Working with local institutions to support sustainable livelihoods* (Sürdürülebilir geçim kaynaklarını desteklemek için yerel kurumlarla birlikte çalışmak) (Marsh, 2003) ve *A New Extension Vision for Food Security* (Gıda Güvenliği İçin Yeni Vizyon) (Rivera ve Qamar, 2003) isimli çalışmalar sosyal sermaye konusuna vurgu yapılan çalışmalar arasında yer almaktadır.

Dolayısıyla FAO'nun sosyal sermaye konusuna olan ilgisinin, örgütün kurumsal amaçlarıyla paralel olarak tarımsal üretim ve kırsal kalkınma bağlamında geliştiği görülmektedir.

Latin Amerika Ülkeleri Ekonomik Komisyonu (ECLAC)

Sosyal sermaye üzerinde duran bir diğer önemli kuruluş olarak *Latin Amerika Ülkeleri Ekonomik Komisyonu (ECLAC)* öne çıkmaktadır. ECLAC'ın amaç ve faaliyetleri arasında bölgesel ve alt-bölgesel iş birliği ve entegrasyon vasıtasıyla ekonomik ve sosyal kalkınmayı destekleme; bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimi ile ilgili bilgi ve verileri toplama, küresel sorunlara ve forumlara bölgesel bir perspektif getirme konusunda yardımcı olma ve bölgesel ve alt-bölgesel seviyelerde küresel kaygıları ortaya koymak bulunmaktadır (CEPAL, 2018).

Bu amaç ve faaliyetler doğrultusunda ECLAC'ın da sosyal sermaye konusunda sunduğu çeşitli yayınlar bulunmaktadır. ECLAC'ın web sitesinde yer alan yayınlar tarandığında Neira, Lacalle-Calderón ve Portela (2016) tarafından gerçekleştirilen *Official development assistance, social capital and growth in Latin America* (Latin Amerika'da resmi kalkınma yardımı, sosyal sermaye ve büyüme) başlıklı çalışma; Durston, Gaete ve Perez (2016) tarafından gerçekleştirilen *Community, connectivity and the regional movement in Patagonia: the evolution of social capital in the Aysén Region of Chile* (Patagonya'da topluluk, bağlantısallık ve bölgesel hareket: Şili'nin Aysén bölgesindeki sosyal sermayenin gelişimi) başlıklı çalışmaları; Durston ve López (2006) tarafından yayınlanan *Social capital and participatory management in the Pátzcuaro basin* (Pátzcuaro havzasındaki sosyal sermaye ve katılımcı yönetim) isimli çalışmaları; Durston (1999)'ın *Building community social capital* (Sosyal Sermayenin İnşası) isimli makalesinin yanında, İspanyolca ve Fransızca dillerinde makaleler ve değerlendirme yazıları bulunmaktadır.

Bu bağlamda ECLAC'ın konuya ilgisi ve çalışmaların odak noktasının, faaliyet yürüttüğü bölgedeki kalkınma ve iş birliğini destekleme şeklinde ifade edilmesi mümkündür.

Sosyal sermaye konusunda bahsedilen kuruluşlar haricinde farklı uluslararası organizasyonların konuya ilgisinin bulunduğunu belirtmek mümkün olmakla birlikte, önde gelen bu dört kuruluşun çalışmalarından bahsedilmesi yeterli görülmektedir. Bu dört kuruluşun sosyal sermaye ile olan ilgilerini aşağıdaki tablo ile özetlemek mümkündür.

Tablo 6. Uluslararası Organizasyonlar ve Sosyal Sermaye

Organizasyon ve Program	Sosyal Sermaye Tanımı	Amaç ve Yöntem	Yayın ve Referanslar
Dünya Bankası: Sosyal Sermaye Girişimi (Dünya Bankası Sosyal Kalkınma Departmanı tarafından 1998'de başlatıldı.	Bir toplumdaki sosyal etkileşimlerin niteliğini ve niceliğini doğrulayan kurumlara, ilişkilere ve normlara atıfta bulunur. Sadece toplumu oluşturan kurumların toplamı değil, aynı zamanda onları bir arada tutan yapıştırıcıdır.	İki temel amaç: sosyal sermayenin kaynakları (aile, sivil toplum, topluluklar, etnik köken, kamu sektörü, cinsiyet) ve sosyal sermayeyle çeşitli kalkınma sorunları arasındaki olası ilişkiler (suç ve şiddet, ekonomi, iş ve göç, eğitim, çevre, finans, sağlık vs.). Sosyal sermayeyi ölçmek, ekonomik ve sosyal gelişmede bulunan "dışsallık" rolünü anlamak için zorunludur.	Dünya Bankası sitesi araştırmacılar için geçerli referanslar içermektedir. (www.worldbank.org/poverty/scapital). En çok atıfta bulunulan yazarlar Robert Putnam, Narayan ve Portes'dir.
FAO: Kurumsal Kalkınma Programı (Sürdürülebilir Kalkınma Departmanı, 1998)	Toplumu bireylerin toplamından daha büyük bir şeye dönüştüren toplumsal uyum, yönetim normları, kültürel ifade ve sosyal davranışlar setine atıfta bulunmaktadır.	Kurumsal kalkınma ve katılım mekanizmaları ile çalışır: yetkilendirme, karar verme süreçlerine katılım ve sosyal ağların teşvik edilmesi, özellikle de kırsal alanlardaki iş birlikleri. Proje değerlendirmesi ve proje döngüsü yönetimi metodolojileri ile çalışır.	FAO'nun çalışmalarında "kurum" düşüncesi merkezidir. Douglas North önde gelen isimdir.

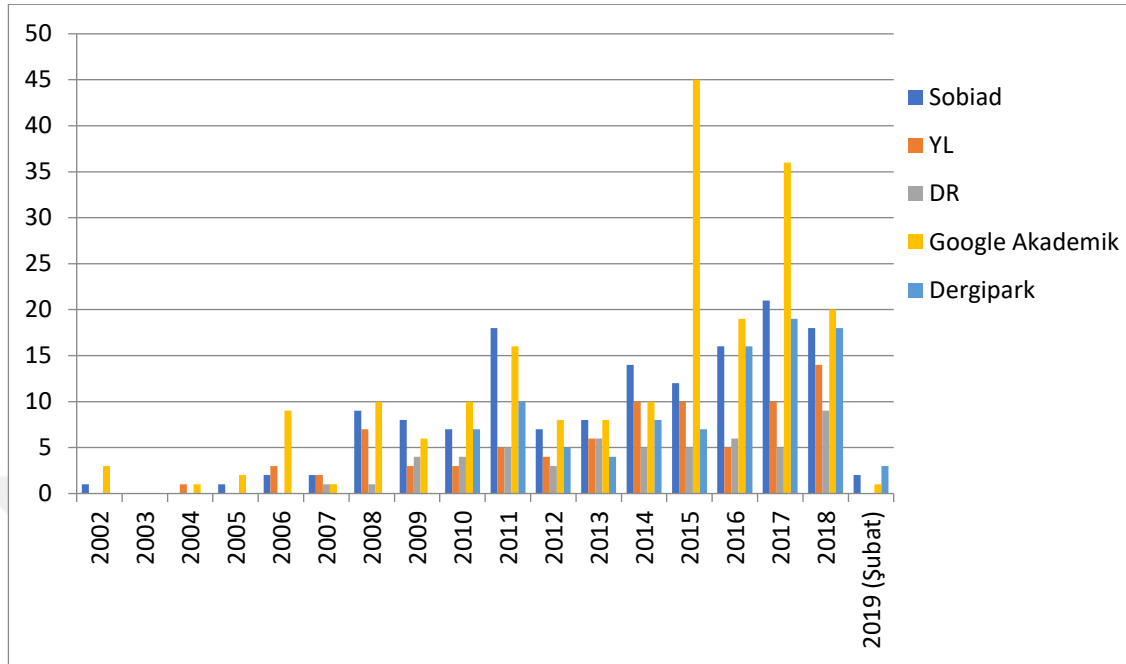
OECD: Eğitim ve İnovasyon Araştırması Merkezi (2002'de düzenlenen Uluslararası Sosyal Sermaye Göstergeleri Konferansı)	Ağlar ve normlar, ortak değerler ve inançlar grup içi ve gruplar arası iş birliğini kolaylaştırmaktadır.	OECD tarafından kullanılan yöntem, kamu karar alıcılarıyla yapılan seminerlere ve sosyal sermayeyi ölçmek için yapılan projeler şeklindedir. Ölçüm araçlarının karşılaştırılabilirliği OECD için önemli bir konudur.	Öncü yayın "Ulusların Refahı: Beşeri Sermaye ve Sosyal Sermayenin Rolü"dür. Çalışma Coleman, Putnam ve Fukuyama'ya dayanmaktadır.
ECLAC: Sosyal Gelişim Bölümü	Bazı bireylerin, erişebildikleri sosyal ağlarda bulunan ilişkisel kaynakları bir sosyal grubun desteğiyle harekete geçirebilme yeteneğidir.	Sosyal sermaye bağlamında temel odak noktası kentsel yoksulluk, kamu politikaları, toplumsal cinsiyet ve kırsal sürdürülebilirliktir.	John Durston ve Lindon Robinson önemli referanslardır.

Kaynak: Milani, 2003, s. 25.

1.10.7. Türkiye'de Sosyal Sermaye Araştırmaları

Türkiye'de sosyal sermaye araştırmalarının, yurtdışındaki araştırmalara göre geç başladığını söylemek mümkündür. Yurtdışında sosyal sermaye araştırmalarının belirli doygunluğa ulaştığı bir dönemde, Türkiye'de alanla ilgili çalışmaların yeni yeni ortaya çıktığı görülmektedir.

Şekil 8. Türkiye’de Sosyal Sermaye Araştırmalarının Yıllara Göre Dağılımı



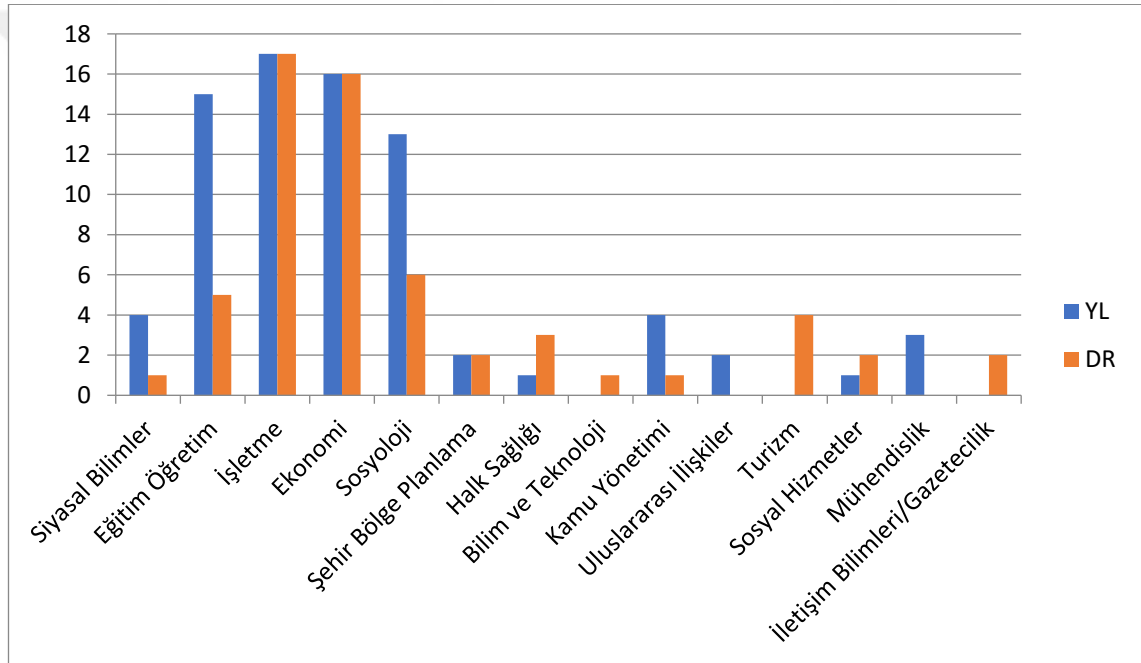
Bu bağlamda Sosyal Bilimler Atıf Dizini (SOBİAD), Ulusal Tez Merkezi ve Google Akademik dizinlerinde konuyla ilgili Türkiye’de gerçekleştirilen yayınlar taranmıştır. Konuyla ilgili ilk çalışmaların 2000’li yılların başlarında yapıldığı görülmektedir. Diğer yandan, sosyal sermaye çalışmalarında yıllar geçtikçe ciddi bir artışın söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Sosyal sermaye konusunu çeşitli perspektiflerden ele alan gerek makale, bildiri, kitap gerekse doktora ve yüksek lisans tezlerinin sayıları, hemen her yıl artış göstermiştir.

Dolayısıyla 2002 yılında Türkiye’de sosyal sermaye yaklaşımını ele alan öncü çalışmaların yer aldığı söylenebilir. Töremen (2002) okullarda sosyal sermayeyi incelemiş ve okul ortamının iyileştirilmesinde sosyal sermayenin son derece önemli bir rolü olduğuna işaret etmiştir. Yetim (2002), kadın girişimcilerin iş kurma ve sürdürme davranışları esnasında sosyal sermaye kaynaklarını kullanımlarını araştırmıştır. Karagül ve Akçay (2002), ekonomik büyüme ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan otuz altı ülkenin verilerine dayanarak yaptıkları analizde, sosyal sermayenin ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca Akçay (2002), sosyal sermayenin yolsuzluk üzerindeki etkilerini araştırmış ve otuz dokuz ülke verisini karşılaştırdığı çalışmada, sosyal sermayesi yüksek

ülkelerde yolsuzluk oranlarının düşük, sosyal sermayesi düşük ülkelerde ise yolsuzluk oranlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Öncü çalışmaların dışında, Türkiye’de sosyal sermaye konusunda çeşitli disiplinlerden çok sayıda araştırmanın gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Bu çalışmalar, kitap, kitap bölümü, makale, bildiri, yüksek lisans ya da doktora tezi düzeylerinde çeşitlilik göstermektedir. Sosyal sermaye konusundaki disiplin çeşitliliği, konuyla ilgili gerçekleştirilen tez çalışmalarının dağılımından da anlaşılmaktadır.

Şekil 9. Türkiye’de Sosyal Sermaye Konusunda Yapılan Tezlerin Disiplinlere Göre Dağılımı



Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yapılan taramada Şubat 2019 itibariyle ‘sosyal sermaye’ konulu 138 yüksek lisans ve doktora tezi olduğu saptanmıştır. Tablodan da anlaşılabacağı üzere sosyal sermaye konusunda en fazla tez çalışmasının işletme ve ekonomi alanlarında gerçekleştirildiği, bunu sosyoloji ve eğitim-öğretim alanının izlediği görülmektedir. Bunların yanında; siyasal bilimler, şehir bölge planlama, halk sağlığı, kamu yönetimi, uluslararası ilişkiler, turizm, sosyal hizmetler, bilim teknoloji, mühendislik alanlarında sosyal sermaye konusunda daha az sayıda yüksek lisans ve doktora tezinin gerçekleştiği izlenmektedir. Özellikle iletişim bilimleri/gazetecilik disiplininde sosyal sermaye yaklaşımını ele alan yalnızca iki doktora çalışması bulunmaktadır.

Sosyal sermaye konusundaki son dönem çalışmalara bakıldığında da ekonomi, işletme, eğitim-öğretim ve sosyoloji gibi alanlardaki çalışmaların ağırlıklı olduğu görülmektedir. Aşağıda belirtilen alanlarda konuyla ilgili son yıllarda gerçekleştirilen bazı çalışmalara değinilmektedir.

Yurtdışına paralel olarak Türkiye’de sosyal sermaye çalışmalarının en yoğun olarak görüldüğü alanlardan birinin ekonomi olduğu söylenebilir. İzmen (2019), sosyal sermayeyi ekonomik kalkınma açısından incelemiş ve birleştirici sosyal sermaye konusundaki literatür üzerinden değerlendirmelerde bulunmuştur. Yay (2018), sosyal sermayeyi yeni kurumsal iktisat açısından ele almış, iktisadi işlemlerin giderek karmaşıklaştığı günümüzde, sosyal sermayenin işlem maliyetlerini azaltıcı yönünü vurgulamıştır. Öztöpcü (2018), bölgesel kalkınmada bölgesel sosyal sermayenin rolü üzerinde durmuş, sosyoekonomik açıdan farklılaşan bölgeler ile bu bölgelerin sosyal sermayeleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Akar ve Ay (2018), sosyal sermaye ve inovasyonun ekonomik büyüme üzerindeki etkisini, 52 ülkenin 1990-2014 yılları arasındaki göstergeleri üzerinden panel veri analizi ile araştırmış ve sosyal sermaye ile inovasyon arasında pozitif bir ilişki ortaya koymuştur. Karataş ve Seki (2017), sosyal sermaye ve bölgesel kalkınma ilişkisini Aksaray örneğinde incelemişlerdir. Yaptıkları alan çalışmasında, bölgede sosyal sermaye unsurlarının düşük çıktığını belirten araştırmacılar, bu durumun bölgesel kalkınmayı olumsuz etkilediğini ileri sürmektedir.

Sosyal sermayeyi işletme alanında da ele alan son dönem çalışmalar bulunmaktadır. Aba Şenbayram (2018), banka çalışanları üzerine gerçekleştirdiği çalışmada, bireylerin sosyal sermaye birikimlerinin iş tatmin düzeylerine etkisinin bulunduğunu tespit etmiştir. Kocaoğlu ve Şener (2018), kurum içi girişimcilik, sosyal sermaye ve örgütsel bağlılık ilişkisini kamu ve özel sektör çalışanları açısından karşılaştırmış, ilgili değişkenler açısından sosyal sermayenin olumlu etkilerinin söz konusu olduğunu ortaya koymuştur. Yiyit (2017) sosyal sermaye yaklaşımının örgütsel davranış literatürü açısından değerlendirmesini gerçekleştirmiş, sosyal sermayenin makro unsurlarının örgütsel davranış alanıyla olan ilişkisini ve sosyal sermayenin ilgili alana yapabileceği katkıları tartışmıştır.

Türkiye’de eğitim alanının, sosyal sermaye yaklaşımının sıklıkla incelendiği disiplinlerden biri olduğu söylenebilir. Polatcan (2019), öğretmenlerin sosyal sermaye algılarını belirlemeye yönelik olarak bir ölçek çalışması gerçekleştirmiştir.

Kuştepli, Akgüngör ve Gülcan (2019), sosyal sermayeyi Türk-Alman Akademik bağlantıları bağlamında incelemiş, uluslararası akademik bağlantıların sosyal sermaye oluşumu ve artışı sağladığını ortaya koymuşlardır. Boyacı (2018), okul terk davranışı ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Okul aile ilişkileri, öğretmen öğrenci ilişkileri ve arkadaş gruplarının olumsuz etkileri gibi sosyal sermaye bağlantılı nedenlerin, öğrencilerin okulu bırakma davranışlarında ön plana çıktığını belirtmiştir. Demirağ ve Büyükbeşe (2018), akademisyenlerin eğitim ortamı algısının sosyal sermaye üzerindeki etkisini araştırmıştır. Buna göre eğitim ortamı ve alt boyutlarının sosyal sermaye ve ilgili alt boyutları üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu belirtilmiştir. Günkör ve Özdemir (2017), sosyal sermaye ve eğitim ilişkisini gerçekleştirdikleri nitel çalışma ile araştırmışlardır. Eğitim ile sosyal sermaye arasında güçlü bir ilişki bulunduğuna işaret eden araştırmacılar, eğitimin sosyal becerileri artırarak sosyal sermaye birikimine katkıda bulunabileceğini belirtmektedir. Doğan ve Bozkurt Bostancı (2017) okulların sosyal sermaye düzeyleri ve öğretmenlerin psikolojik sözleşmeleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Farklı düzeylerdeki okulların sosyal sermayelerinin farklılaştığını belirten araştırmacılar, sosyal sermayeyle öğretmenlerin psikolojik sözleşmeleri arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu sonucuna ulaşmışlardır.

Ayrıca sosyal sermayenin sosyoloji veya bağlantılı disiplinlerde de son dönemde yoğun olarak çalışıldığı anlaşılmaktadır. Kavakçı ve Görmüş (2018), sosyal sermaye ve din arasındaki ilişkiyi güven unsuru üzerinden ele almış ve İslam dininin temelindeki güven, adalet, hoşgörü ve yardımlaşma kültürünü sosyal sermayeyi destekleyen unsurlar olarak değerlendirmiştir. Uçar ve Morsünbül (2018), yatay ve dikey bireycilik /toplulukçuluk benlik kurgularının sosyal sermayeyi açıklayıp açıklamadığını araştırmış, belirtilen benlik kurgularının sosyal sermaye boyutlarını yordadığı sonucuna ulaşmıştır. Kökalan Çımrın (2018), sosyal sermaye olgusunu toplumsal hareketler üzerinden incelemiştir. Sosyal sermayeyi, aile ve örgütlenme pratikleri açısından ele alarak toplumsal hareketler açısından kullanışlı hale getirmenin amaçlandığı çalışmada, dezavantajlı grupların sosyal ilişki kurma fırsatlarının dışında bırakılmasının, toplumsal eşitsizliğin sosyal sermaye düzeyinde yeniden ürettiği vurgulanmaktadır. Cenker Özek (2018), 1990'lerden itibaren sivil toplum kuruluşlarına katılımındaki değişimleri incelemiş, STK'ların sosyal sermaye üretme potansiyellerini araştırmıştır. 2000'li yıllarda STK'lara katılım oranlarının düştüğünün tespit edildiği çalışmada, bölgeler

arası farklılıklara da yer verilmiştir. Uçar, Konal, Gündoğdu ve Morsünbül (2018) yaptıkları araştırmada, kadın ve erkeklerde ilişkisel ve özerk benlik kurgularını sosyal sermaye göstergeleri üzerinden araştırmışlardır. Çalışmadan elde edilen bulgular; stratejik güven, genelleştirilmiş güven, kurumsal güven ve ortak değerler olarak ele alınan sosyal sermaye göstergelerinin, benlik kurgularını açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır. Çetin (2018), tüketim toplumu ve sosyal sermaye ilişkisini ele almış, kapitalist sistemin ürettiği borç olgusunu sosyal sermaye ile ilişkilendirerek, borçluluğu sosyal sermayeye tahvil stratejisi olarak değerlendirmiştir. Dolayısıyla borçluluğun sosyal sermayeye dönüştürülebilene bir olgu olduğu ve borçlular üzerinden bir tahakküm yarattığı ileri sürülmüştür. Aktay (2017), Erich Fromm'un "sağlıklı toplum" analizleri temelinde sosyal sermayeyi değerlendirmiş ve düşünürün analizlerinde sosyal sermaye yaklaşımının izlerini araştırmıştır.

Son dönemde gerçekleştirilen sosyal sermaye araştırmalarından bazılarını yukarıdaki şekilde özetlemek mümkündür. Zikredilen çalışmaların ve disiplinlerin haricinde çok sayıda çalışmanın bulunduğu ve sosyal sermaye literatürünün geniş bir alana yayıldığı belirtilmelidir. Diğer yandan, iletişim alanında da Türkiye'de gerçekleştirilen bazı sosyal sermaye çalışmaları bulunmaktadır. Bu araştırmalara çalışmanın ikinci bölümünde ayrıca yer verilecektir.

1.10.7. Sosyal Sermayenin Eleştirisi

Birinci bölümün son başlığında, Ben Fine'in sosyal sermaye yaklaşımına eleştirel bir noktada bulunan bazı görüşlerine yer verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ben Fine'in sosyal sermaye yaklaşımıyla ilgili görüşlerinin, kuramsal arka planına bağlı olarak oldukça radikal bir noktada olduğu görülmektedir. Fine, kaleme aldığı *Sosyal Sermaye Sosyal Bilime Karşı* isimli eserinde, sosyal sermayenin oldukça kapsamlı bir eleştirisi ve hatta reddine girişmiştir.

Yazarın sosyal sermaye yaklaşımına ilk eleştirisi kavramsal düzeydedir. Sosyal sermaye kavramsallaştırması, "iktisadın sosyal bilimleri sömürgeleştirme" yönelimini temsil etmektedir. Fine bu durumu aşağıdaki biçimde açıklamaktadır (Fine, 2008, s. 31):

"İktisada getirilen yeni bilgi-kuramsal yaklaşım..., hem ekonomiye hem ekonomik- olmayan (non-economic) alanlara; hem de ekonomi ve ekonomik-olmayan alanlar arasındaki ilişkiye yöneliktir. Neticesinde de diğer toplum bilimlerini farklı birçok yoldan, farklı birçok sonuca sebep olarak ve farklı derecelerde sömürgeleştirir. Yeni kurumsal iktisat, yeni ekonomi politik, yeni kalkınma

iktisadı, yeni ev iktisadı vs. Geniş bir alana yayılan bütün bu yeni alt disiplinler, bu sömürgeleştirmenin bir kanıtıdır.”

Bu doğrultuda Fine (2010a, s. 309), sosyal sermayenin, “popülerleşmiş sihirli bir kelime haline dönüştüğünü”, dolayısıyla “bilginliğin bireysel ve kolektif aşağılanması olarak aksettığını” ileri sürmektedir.

Fine (2010a, s. 310-316)’ın sosyal sermaye yaklaşımına getirdiği diğer eleştiriler ana hatlarıyla şu şekildedir:

1. Sosyal sermaye kavramına gösterilen aşırı ilgi “neredeyse bütün sosyal etkileşim biçimlerinin sosyal sermaye olarak anlaşılması” sonucuna neden olmuştur.
2. Kavram, “geçmişteki sosyal bilimlerin tümünü sosyal sermaye prizmasından yeniden yorumlama imkânı verir.” Sosyal sermaye birçok birbirine zıt sosyolojik olguyu aynı anda açıklarken “toplumsal analizin temel kategorilerini basitleştirerek zengin geleneklerinden ve ihtilafli anlamlarından soyarak kullanırken aslında verdiği ışıktan daha fazlasını alır.”
3. “Sosyal sermaye bir oksimorondur. Sosyal olmayan bir sermaye olabileceğini varsayar. Bu asosyal sermayenin ne olduğu, sosyal sermayeyle arasındaki sınırın nerede başladığı” gibi meseleler çoğu zaman karanlıktadır.
4. “İktisat teorisi, sosyal sermaye bağlamında sorgulanmamış olarak kalma” yolundadır. Sosyal sermayenin piyasalarda ne yaptığı konusu “gevşekçe formüle edilmiş bazı varsayımlara” dayanmaktadır.
5. Yaklaşım, “iktisat bilimine kuramsal ve ampirik faktör olarak hayli göz boyayıcı analitik bir sabite sunar.”
6. Toplumsal etkileşimin merkezinde bir kavram olan sosyal sermaye, “toplumsal etkileşimde önemli olan sınıf, devlet, sendikalar, siyasi partiler ve örgütler gibi öğeleri ihmal etmektedir.”
7. Sosyal sermayenin “her şeyi iyileştirebilen” bir kavram olarak ele alınması söz konusudur. Sosyal sermaye, “statükoya meydan okumadan durumu iyileştirmek için altın fırsat” olarak sunulmaktadır.
8. Bourdieu’nun ve onun bağlamsal ve sınıfsal sosyal sermaye yorumları terkedilerek, Coleman’ın temsil ettiği “rasyonel seçim ve bireyseldi yorumlar ön plana” çıkartılmaktadır.

9. Yaklaşım getirilen eleştiriler “sosyal sermaye tedarikçileri tarafından” basitçe “eksik bir değişkenin analize dahil edilmesi” şeklinde yorumlanmakta ya da “görmezden gelinmektedir.”
10. “Tanımsal olarak karmakarışık bir kavramdır.” Literatürde genellikle bu “kaos” kabul edilir. Ancak her araştırmacı yeni bir tanımlama ve yaklaşım önererek “kaosu kolektif olarak” sürdürmektedir.
11. Yaklaşımın “yozlaşma ve topluluk içi şiddet ya da ırkçı şiddet gibi ‘karanlık tarafı’ çoğu zaman kabul edilir -ancak göz ardı edilmek üzere.” Bu anlamda kavramın olumlu yönlerine aşırı yüklenen bir araştırma geleneği söz konusudur.

Ana hatlarıyla Fine tarafından geliştirilen eleştiriler bu şekilde özetlenebilmekle birlikte, yazarın yaklaşıma getirdiği eleştiriler bir revizyon ya da düzeltme niteliğinde değildir. Bu anlamda getirdiği temel öneri, bir yandan eksikliklerini sergilerken diğer yandan sosyal sermayenin “analitik bir araç olarak reddedilmesi” ve terk edilmesidir (Fine, 2008, s. 13) Ona göre sosyal sermaye yaklaşımı, sosyal teoriyi küçük düşürmektedir. Bunun ardında yatan kısmi nedenlerden biri, yaklaşıma getirilen eleştirilerin savunucuları tarafından tartışılmamasıdır. Diğer yandan sosyal sermaye kavramı, sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan kavramlardan pek bir fark barındırmamaktadır. Yine de Fine, kavramın tartışılması gerekliliğini ima etmektedir. Dolayısıyla sosyal sermayeyle ilgili sorunun tanım veya ölçüm güçlükleriyle ilgili olmadığını, tartışma düzleminin kavramın esas içeriği üzerine yoğunlaşması gerektiğini vurgulamaktadır (Fine, 2010b, s. 205) Bu bağlamda yazarın sosyal sermaye konusunda durduğu noktayı belirginleştirmek açısından aşağıdaki çarpıcı ifadelerini kullanmak yerinde olacaktır (Fine, 2008, s. 12):

“İlginçtir ki geçmişte ‘sosyal sermaye’, toplam ekonomik sermayeyi ve kapitalizmin sistemsel işleyişini ya da işleyiş bozukluklarını belirtmek için kullanılırdı. Günümüzdeki sosyal sermaye literatürü ise bu konuyu dikkate almaz; zira sosyal sermayeyi, sermaye olmadan; sadece sosyal niteliğiyle pazarlama arayışındadır. Yani zenginler giderek daha fazla zenginleşirken, yoksulların payına sosyal sermaye düşer!”

Sosyal sermaye yaklaşımına tam anlamıyla karşıt bir pozisyondaki araştırmacının, yaklaşıma ilişkin önemli ve haklı eleştirilerinin bulunduğunu belirtmek gerekmektedir. Ancak Ben Fine’ın getirdiği eleştirilerin bir bölümünün de sosyal bilimler alanındaki hemen her kavram ya da yaklaşım için ileri sürülebileceğini unutmamak gerekmektedir.

Bu nedenle yaklaşıımı kökten reddetmek yerine, altı çizilen sorunların dikkate alınması yerinde olacaktır.

Genel olarak birinci bölümde, sosyal sermayenin kavramları ve metafordan teorik düzeyde ele alınan bir yaklaşıma dönüşümü ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde, çalışmanın konusu bağlamında gazetecilik alanıyla sosyal sermaye yaklaşımı arasındaki ilişkiler ele alınarak, kurulması muhtemel bağlar üzerinde durulacaktır.



İKİNCİ BÖLÜM

GAZETECİLİK ALANI ve SOSYAL SERMAYE İLİŞKİSİ

Günümüzde ‘dördüncü kuvvet’ olarak kabul gören, toplumsal önemi son derece büyük, medya piyasasının en önemli etmeni ve “en büyük yükü sırtlayan” gazeteci/haberci, “her zaman bir inceleme alanı olarak görülmektedir” (Yücedoğan, 1998, s. 74). Gazetecilik ya da habercilik kurumunun, son yüzyılda geçirdiği dönüşüm sonucu, demokrasilerde özel anlam yüklenen bir meslek olarak incelenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla ikinci bölümde, çalışmanın ilk bölümünde ele alınan sosyal sermaye yaklaşımının, gazetecilik alanıyla ilişkilendirilmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda ikinci bölümde; gazetecilik ve sosyal sermaye yaklaşımları arasındaki ilişkinin teorik temelleri ele alınmaktadır. Öncelikle Alexis de Touqueville’nin basın ve sivil katılım hakkındaki görüşlerine yer verilmektedir. Ardından gazetecilik, kamusal alan ve sosyal sermaye arasındaki ilişki Habermas’a da dayanan sivil ve politik katılım açısından ele alınmaktadır. Yine iletişim alanında Gerbner’in çalışmalarından özellikle Putnam’ın sosyal sermaye literatüründe önemli ölçüde faydalanması nedeniyle ‘iletişim araştırmaları ve sosyal sermaye’ başlığı altında ilgili değerlendirmeler yorumlanmaktadır. Ayrıca sosyal sermaye ve kitle iletişimi arasındaki ilişkiyi en somut biçimde ortaya koyan Robert Putnam’ın, televizyon izleyiciliği ve sivil katılım konusundaki değerlendirmeleri ile Pierre Bourdieu’nun kendine has sosyolojisi içinde yer alan ‘gazetecilik alanı’ ve ‘sosyal sermaye’ kavrayışları teorik ilişkileri ele alan kısımda bulunmaktadır.

İkinci bölümde kuramsal temellere ilişkin değerlendirmelerin ardından, sosyal sermayenin alt boyutları olarak ifade edilen güven, iletişim ağları ve normlar başlıkları, gazetecilik mesleği açısından ele alınarak açıklanmaya çalışılmaktadır.

Ayrıca gazeteciliğe ilişkin yeni yönelimlerin sosyal sermaye inşasında oynadığı/oynayabileceği rol tartışılmaktadır. Literatürde dört önemli gazetecilik modelinin, toplulukların sosyal sermayelerinin oluşturulması ya da sürdürülmesinde

önemli role sahip olduğu fikri öne çıkmaktadır. Bunlar; kamusal gazetecilik, yurttaş gazeteciliği, yerel gazetecilik ve online gazetecilik yönelimleridir. Bu yönelimlerin ele alınması ve sosyal sermayenin inşa edilmesinde üstlenebilecekleri roller hakkındaki görüşlere yer verilmektedir.

Bölümün sonunda gazetecilerin potansiyel haber kaynakları/mesleki çevreleri, aynı zamanda onların birer sosyal sermaye kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Bahsedilen kaynaklar ‘kamusal gazetecilik ekolojisi ve sosyal sermaye’ başlığı altında ayrı ayrı incelenmektedir. Bölümün sonunda ise gazetecilik alanı ve sosyal sermaye ilişkisi hakkında genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

2.1 Gazetecilik ve Sosyal Sermaye İlişkinin Kuramsal Temelleri

Gazetecilik geçirdiği tarihsel evrim sonucu kurumlaşmış ve bu mesleğin demokrasilerde yasama, yürütme ve yargı erklerinden sonra ‘dördüncü güç’ olduğu ileri sürülmüştür. Bu bağlamda gazetecilik tanımlanırken, çoğunlukla onun kamusal yanları ve toplumsal rolleri vurgulanmaktadır. Temel olarak, halkı kamusal meseleler hakkında bilgilendirme fikrinden yola çıkan gazetecilik kurumu, medya alanında yaşanan ekonomik gelişmeler ve teknolojik yenilikler sonucunda sürekli dönüşüme uğramış ve uğramaya da devam etmektedir.

Diğer yandan gazetecilik alanında yaşanan dönüşümlere karşın, alanla ilgili birtakım sorular gündemde kalmaya devam etmektedir. “Gazetecilik sistemi ile kamuoyu arasında nasıl bir ilişki vardır? Gazetecilik sisteminin ve kamuoyunun birbirleri için anlamı ve önemi nedir? Gazetecilik sistemi ile kamuoyunun birbirleri için anlamı ve önemi nedir? Gazetecilik sisteminin toplumsal sistem üzerindeki etkisinin ölçüsü ve sınırları nedir?” (Alver, 2011, s. 462). Bu sorular dikkate alındığında, sosyal sermaye yaklaşımının, gazetecilik kurumu ile toplumun çeşitli kesimleri arasındaki ilişkiler açısından birtakım cevaplar vermesi muhtemeldir. Gazetecilik mesleğinin sunduğu içeriklerin sosyal sermaye üzerinde birtakım etkileri söz konusu olmakta, ayrıca gazeteciler işlerini yaparken sosyal sermayeden faydalanmaktadır.

Ayrıca günümüzde gazetecilik magazinleşme, ticarileşme ve tarafsızlık gibi pek çok nedenle eleştirilmeye devam etmektedir. Bu eleştirilerin altında yatan temel sebep ise, gazeteciliğin yukarıda bahsedilen tarihsel ve toplumsal rolünden kaynaklanmaktadır.

Yani gazetecilik toplum ya da kamu yararına ‘yapılması gereken’ bir meslek olarak değerlendirilmektedir. Bu noktada gazetecilik ile ilk bölümde açıklanan sosyal sermaye arasında önemli bir bağ söz konusu olmaktadır. Sosyal sermaye ‘bireyler arasındaki ilişkilere gömülü kaynaklar’ ya da ‘toplumu bir arada tutan yapıştırıcı’ ise gazetecilik pratiklerinin bu kaynaklar ya da yapıştırıcı üzerinde birtakım etkileri söz konusudur. Sosyal sermayeyi toplumsal düzeyde bir analiz aracı olarak değerlendirdiğimizde ve sivil katılım, aktif yurttaşlık gibi unsurları sosyal sermaye göstergeleri olarak kabul ettiğimizde gazeteciliğin bu alandaki rolü zımni olarak anlaşılabilir.

Ancak literatür incelendiğinde bu ilişkinin sadece zımni düzeyde olmadığı, somut teorik katkıların söz konusu olduğu görülmektedir. Örneğin henüz sosyal sermaye kavramsallaştırmasının kullanılmadığı dönemde basın ve sivil katılım arasındaki ilişkiler, Touqueville tarafından ele alınmaktadır. Bunun yanında önemli medya araştırmalarının, medyanın bireyleri pasifliğe sürüklediğiyle ilgili tespitleri çalışma konusu bağlamında değerlendirilmelidir. Sosyal sermaye literatürünün önde gelen isimleri olan Putnam ve Bourdieu’nun da konuyla ilgili tespitleri bulunmaktadır. Bu kuramsal çerçeve aşağıda ayrı başlıklar halinde ele alınmaktadır.

2.1.1. Alexis de Touqueville: Basın ve Sivil Katılım

Temsili demokrasilerde sivil katılım konusu üç durum göz önüne alınarak değerlendirilmelidir: a) Demokrasi modelinin temsili olmasından kaynaklanan sivil katılım sınırlamaları; b) kamusal alanın düşüşü ve bunun sivil katılımı nasıl etkilediği; c) ticari medya ve kamusal alan arasındaki ilişki (Papacharissi, 2009, s. 30). Bu bağlamda birinci bölümde, Alexis de Tocqueville’in sivil toplum ile ilgili görüşlerinin sosyal sermaye literatürüne erken dönem katkı niteliği taşıdığı belirtilmişti. Tocqueville’in sivil katılım açısından basın ve gazetelere de önemli bir rol atfettiği ve değerlendirmelerde bulunduğu görülmektedir. Bu değerlendirmeler, gazetecilik ve sosyal sermaye ilişkisinin kuramsal temellerine dayanak oluşturması bakımından özetle ele alınacaktır.

İnsanların artık ortak çıkarlara ulaşma konusunda bireysel olarak yapabilecekleri şeylerin sınırlı olduğunun altını çizen Tocqueville, bunun ancak bir gazete yardımıyla yapılabileceğini belirtmektedir. Sadece gazetenin bir düşüncüyü aynı anda binlerce kişinin aklına yerleştirebileceğini vurgulayan düşünür, gazeteyi, insanları günlük olarak

toplumsal meselelerle (common affairs) ilgili bilgilendiren bir danışmana benzetmektedir. Diğer taraftan gazetelerin sadece özgürlüğün garanti altına alınması açısından önemli olduğunu söylemenin, onun değerini azaltacağı vurgulanmaktadır (Tocqueville, 2000, s. 488). Böylelikle Tocqueville'nin gazeteleri ya da basını sadece ifade özgürlüğü bağlamında ele almadığı anlaşılmaktadır. Sivil toplumun bir arada yaşamasının sağlanmasında ve hatta ortak eylemin gerçekleşebilmesinde kritik bir noktada olduğu görülmektedir.

Benzer şekilde Tocqueville'nin görüşlerini ele alan Tumay ve Okatan (2015, s. 333), “sivil toplum kuruluşlarının gazeteler tarafından desteklenmesinin, toplumdaki iş birliğinin sağlanabilmesi adına en kolay ve alışılacelmiş yöntem olduğunu” belirtmektedir. Tocqueville'nin görüşlerinin 1800'lü yıllarda internet teknolojisinin bulunmadığı döneme rastladığının altını çizen yazarlar, bu nedenle özellikle gazetelerin önemini vurgulandığını ifade etmektedir. Tumay ve Okatan (2015, s. 333), “gazetelerin, farklı fikirleri içeren çeşitlerinin olmasının ve uzak bölgelere iletebilmeleriyle birlikte; iletişimin geniş alanlar arasında sağlanması gibi özelliklerinin önemi” üzerinde durmakta ve Tocqueville'nin gazetelere bakışıyla ilgili aşağıdaki tespiti aktarmaktadır:

“Aynı sivil toplum kuruluşuna üye olan insanların, iletişim halinde olabilmek için aynı çevrede yaşamaları zorunluluğunu ortadan kaldıran da işte bu gazetelerin varlığıdır. Ona göre gazete tüm bu özellikleri sayesinde uygarlığın sürekliliğini sağlayacak yegâne araçtır” (Tumay ve Okatan, 2015, s. 333)

Yani insanların birbirlerini görmeden ve bir araya gelmeden birbirleriyle konuşma araçları bulmaları gerekmektedir. Bu nedenle gazete olmaksızın demokratik iş birliğinin söz konusu olması oldukça zordur. Dolayısıyla toplumsal örgütlenme ile gazeteler arasında zorunlu bir ilişki bulunmaktadır. Gazeteler toplumsal örgütlenmeyi arttırmakta, sivil örgütlenmelerin artması da gazeteleri arttırmaktadır. Demokratik açıdan eşitliğin sağlanması için toplumsal örgütlenmelerin sayısının artırılması zorunlu olduğu kadar, gazetelerin sayısının artırılması da zorunlu hale gelmektedir (Tocqueville, 2000, s. 488-489). Bu bağlamda dernek kurma özgürlüğü ile basın özgürlüğü arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Toplumun sorunlar karşısında çözüm üretebilmesi, devlete karşı düşüncelerini özgürce ifade edebilmesi ve tartışabilmesi basın organları yoluyla gerçekleşebilmektedir (Göze, 2005, s. 256).

Ayrıca Tocqueville, gazete sayıları ile yönetimin merkeziyetçiliği ve toplumun demokratikliği arasında da bağ kurmaktadır. Gazete sayısı devlet yönetiminin merkezileşme durumunu yansıttığı kadar, toplumdaki demokrasi yanlısı bireylerin oranını da yansıtmaktadır. Demokrasilerde, aristokrasilerde olduğu gibi gücün belirli kişilere verilmesi söz konusu değildir. Aksine yönetim olabildiğince çok insana dağıtılır. Bunlar yasalara dayalı bir örgütlenme oluşturarak, diğer insanlara kamusal meseleleri anlatmak için gazetelere ihtiyaç duymaktadır. Yerel güçlerin sayısı ne kadar fazlaysa, yasaların uygulanması için çağrıda bulunanların sayısı da o kadar fazla olmakta, bu da daha fazla gazetenin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Tocqueville, 2000, s. 489). Bu bakımdan, yönetim sistemlerinin basın özgürlüğüyle olan ilişkisi, niceliksel olarak gazete sayılarına indirgenmektedir. İndirgemeci bir yaklaşım olduğu gerekçesiyle eleştirilebilse bile, gazete sayılarıyla basın özgürlüğü veya sivil katılım arasında ilişki kurmanın haklı yönlerinin bulunduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır.

Diğer yandan Amerika’da gazete sayısının fazla olması, yönetim gücünün parçalanmış olmasına bağlanmaktadır. Seçmenler, sadece yasama üyelerini seçtikleri bir siyasal sistemle sınırlandırılıysaydı, çok daha az ortak hareket etmeleri gereken durum söz konusu olacak ve az sayıda gazeteye ihtiyaç duyulacaktı. Ancak her eyaletin ve şehrin kendi yasaları ve yerel yönetimleri söz konusu olduğundan, her Amerikan vatandaşı kamusal meselelerde diğerleriyle iş birliği yapmaya zorlanmaktadır. Bu durumda ise her topluluk neler yaptığını diğerlerine aktarmak için gazetelere ihtiyaç duymaktadır (Tocqueville, 2000, s. 489). Bu bağlamda, yerel yönetimlerin güçlü ve özerk olduğu ülkelerde, bireylerin kendilerini yakından ilgilendiren kamusal meselelere daha fazla ilgi göstermek zorunda kaldığı, bu durumun daha aktif yurttaşlar daha aktif bir sivil toplum ve daha aktif bir bölgesel basını mümkün kıldığı ileri sürülmektedir.

Fransa ve İngiltere’de gazete sayılarını arttırmak için basına uygulanan vergilerin azaltılmasının yeterli görüldüğünü belirten Tocqueville, böyle bir düzenlemenin etkilerinin fazlasıyla abartıldığını dile getirmektedir. Gazete sayısının artmasının sadece ucuzluğuyla ilgili olmadığını, toplumda insanların iletişim kurma ve ortak hareket etme gereksinimlerinin belirleyici olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle bir gazete ancak birçok insan için ortak olan bir doktrin ya da bir duyguyu yeniden üretebildiği durumda var olabilmektedir (Tocqueville, 2000, s. 489-490). Yani basına özgürlük sağlamanın ya da gazete sayısını arttırmanın yolu olarak, maliyetleri düşürücü tedbirlerden ziyade sivil

toplumu harekete geçirecek ve basına toplumsal talep oluşturacak girişimlerin gerçekleştirilmesinin daha değerli görüldüğü anlaşılmaktadır.

Ayrıca basının sivil toplum için bir başka öneminin bireyler üzerindeki etkisinden kaynaklandığı vurgulanmaktadır. Şartların daha eşit hale geldiği ve bireyselliğin gücünün azaldığı durumda insanlar kalabalıklarla birlikte daha kolay hareket edebilmektedir. Bu anlamda gazete, temsil ettiği örgütlenmenin üyeleri olan okuyucularıyla toplum adına konuşmakta ve fikirleri daha kolay aktarmaktadır (Tocqueville, 2000, s. 490). Bu düşünceye göre; aktif sivil örgütlenmeler yoluyla toplumsallaşmış bireyler, başka fikirlere açık hale gelmekte, düşünce ve davranışları daha kolay değiştirilebilmekte ve ortak paydaya daha kolay ulaşılabilir.

Genel olarak Tocqueville, “sivil toplum kavramının da günümüzdeki anlamına ulaşmasının önünü açan pek çok yenilikler ortaya atmıştır. Bunlardan en önemlisi; sivil toplumun demokrasinin güçlenmesi adına sağladığı destektir.” Devlet yönetiminin yetkilerini kötüye kullanması ya da baskıcı hale dönüşmesinin önüne geçmek sivil toplumun ödevleri arasındadır. “Basının sivil toplum üzerindeki etkisinden bahseden düşünür, gazeteleri, ‘uygarlığın sürekliliğini sağlayacak’ en önemli araç olarak görmüştür” (Tumay ve Okatan, 2015, s. 336).

Benzer şekilde Tüfekçioğlu (1993), gazeteyi bir ‘bilinç yaygınlaştırma’ aracı olarak ifade etmekte ve Batı’da böyle bir kullanımının söz konusu olduğunu vurgulamaktadır. Yani gazeteler, geçmişte söz konusu olan milliyetçilik gibi toplumsal hareketlerin kitlelere anlatılması ve benimsetilmesinde önemli rol sahibidir. Öyleyse yukarıda Tocqueville’nin yer verilen görüşleri paralelinde gazeteler, insanların toplumsal bir varlık olarak bir araya getirilmesinde, karşılıklı güven esasına dayalı ilişkilerin inşa edilmesinde, “hayali cemaatler” (Anderson, 2017) oluşturulmasında önemli görevler üstlenmiştir. Ayrıca bu durumun sadece gazetelerle sınırlı olmadığını, kitle iletişim araçlarının genelinin aynı perspektiften değerlendirilebileceğini belirtmek gerekmektedir.

Ancak Hart (1994, s. 109), başta televizyon olmak üzere medyanın izleyicileri çok fazla politik bilgiye maruz bıraktığını, aşırı derecede politik bilgiye maruz kalan izleyicilerin gerçek sivil katılım yerine sahte bir aktif vatandaşlık hissine kapıldığını vurgulamaktadır. Benzer şekilde Erdoğan (2007, s. 69-70) medyayla ilgili olarak “yirmi

birinci yüzyılda gerçeği yansıtmayan işlevsel uyduruların (mitlerin) daha da artarak yaygınlaştığı” tespitini yapmaktadır. Erdoğan’a göre bu mitler; “medyanın çok sesliliği geliştirdiği”, “kamuoyunun serbestçe oluşmasını” sağladığı, “kültürel ve yerel mirasın korunmasında önemli rol oynadığı”, “sivil toplum örgütlerinin gelişmesinde ve etkinliğini sağlamada önem taşıdığı”, “yerel yönetimlerin kamuoyu adına denetlenmesinde en önemli unsur olduğu”, “çoğunluğun koruyucusu olduğu” şeklindedir. Bu iddialar medyanın, Tocqueville’nin ortaya koyduğu sivil katılımı güçlendirme işlevinden oldukça uzaklaştığını göstermektedir. Medyanın günümüzde tam bir ‘endüstri’ mantığına bürünmüş olması, yani ekonomi-politik yapısı, Tocqueville’in tasvir ettiği medya yapısını engellemektedir. Alanda yaşanan ticarileşme, medya-siyaset ilişkileri gibi olgular medyaya ve gazeteciliğe yüklenen tarihsel ve toplumsal ödevlerin yerine getirilmesini güçleştirmektedir.

2.1.2. Gazetecilik, Kamusal Alan ve Sosyal Sermaye

Bilindiği gibi gazetecilik pratikleriyle kamusal alan arasında son derece güçlü bir karşılıklı bağımlılık söz konusudur. Teorik düzeyde gazetecilik pratikleri, kamusal alanları işler hale getirmekte ve kamuoyu oluşum sürecinde belirleyici etkenlerden birisi olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda gazetecilik alanı ve sosyal sermaye yaklaşımı arasındaki ilişkinin kamusal alan üzerinden genişletilmesi mümkün hale gelmektedir. Bu ilişki, temel olarak demokratik sivil toplum ve siyasal katılım ile ilişkili olarak gündeme gelmektedir. Benzer şekilde kitle iletişim araçlarının toplumdaki sosyal sermayeyi arttırabileceği veya azaltabileceği çeşitli yollar bulunduğu altını çizen Wallack (2000, s. 343), sosyal sermaye ve sivil katılım kavramlarının, siyasal katılım düşüncesine doğru genişletilirse, potansiyel etkilerinin önemli ölçüde arttırabileceğini vurgulamaktadır.

Kitle iletişim araçlarının sosyal sermaye üzerindeki etkileri sivil ve siyasal katılım ile ilişkilendirildiğine, ‘kamusal alan’ konusu gündeme gelmektedir. Bilindiği gibi kamusal alan konusunda, Habermas’ın oldukça merkezi bir yeri bulunmaktadır. Kamusal alan kavramıyla “herşeyden önce, toplumsal yaşamımız içinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı” kastettiğini belirten Habermas (2004, s. 95), aşağıdaki ifadeleriyle kamusal alan ve kitle iletişim araçlarının kamusal alandaki rolünü vurgulamaktadır:

“Yurttaşlar ancak, genel yarara ilişkin meseleler hakkında kısıtlanmamış bir tarzda, yani toplanma, örgütlenme, kanaatlerini ifade etme ve yayınlama özgürlükleri garantilenmiş olarak tartışabildiklerinde kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar. Bu tür bir iletişimin daha genel bir kamusal gövde içerisinde gerçekleşmesi, bilginin muhataplarına aktarılmasını ve onların etkilenmesini mümkün kılacak özgül araçları gerektirir. Günümüzde gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon kamusal alanın iletişim araçlarıdır.”

Dolayısıyla kamusal alan ve sosyal sermaye kavramsallaştırmaları açısından ortak paydanın “yurttaşlık” üzerine olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda Habermas (1991, s. 209-210), gazetecilik kurumunun kamusal alan açısından taşıdığı önemi iktidarın meşrulaştırılması bakımından ele almaktadır. Buna göre kamusal alanda ayrıcalıklı etkileri bulunan tüm kurumlar gibi, gazetecilik kurumu da demokratik kamunun taleplerine tabi olmalı ve gazetecilik alanı hukuki zeminde temellendirilmelidir. Toplumsal iktidarın politik iktidara dönüştürülmesi sürecinde basın, en az diğer kurumlar kadar önemlidir. Çünkü politik egemenliğin, toplum genelinde meşrulaşabilmesi için eleştiri ve denetime ihtiyacı bulunmaktadır.

Hemen bu noktada Richard Sennett’in, Tocqueville’in kamusal alan ve yurttaşlık hakkındaki düşünceleri üzerine yaptığı tespitlere yer vermek yerinde olacaktır. Tocqueville, *Amerika’da Demokrasi* eserinde sivil topluma oldukça önemli bir yer ayırırken, birinci ciltte “eşitlikle özdeşleştirilen demokrasinin, yönetici çoğunluğun azınlıkları ve muhalifleri baskı altına alması tehlikesi”nden bahsetmektedir. İkinci ciltte ise tehlikenin, azınlık ve muhaliflerin yönetici çoğunluk tarafından baskı altına alınması değil, “yurttaş kitlesinin kendi içinde” olduğu vurgulanmaktadır. Gerekli koşulların sağlandığı ortamda “kamu, kişinin kendisi gibi olan başkalarından ibaret olduğu için, kamusal sorunlar, ortak çıkarları (örneğin eşitlik) gözetecek devlet görevlerinin ve bürokratların” çözümüne bırakılmaktadır. Bu sayede “devlete güven duyan yurttaşlar, mahrem alan dışında olup bitenle ilgilerini” kesmekte ve dolayısıyla kamusal meseleler yerine kişisel meseleleriyle ilgilenmektedir (Sennett, 2016, s. 50-51). Dolayısıyla insanın kamusal alandan kendi mahrem alanına çekilmesi, sivil toplum, sivil katılım ve sosyal sermayenin zayıflaması anlamına gelmektedir.

Oysa sosyal sermaye, temelde aktif ve katılımcı yurttaşlar ortaya çıkartma fikri üzerine kurulu bir anlayışı teşkil ederken, kamusal alan bu bilinçli yurttaşların biraraya gelebildikleri ve tartışabildikleri alanı temsil etmektedir. Kitle iletişim araçları ve gazetecilik kurumu ise, hem vatandaşların bilgilendirilmelerinde ve aktif hale

getirilmesinde hem de kamusal alanının işler hale getirilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Çünkü “haber medyası bizlere kendi topluluklarımızı tanımlamamızda ve... ortak dil ile ortak bir bilgi yaratmamıza yardımcı” olmaktadır. “Gazetecilik aynı zamanda bir topluluğun amaçlarını, kahramanlarını ve kötü adamlarını belirlememize” olanak sağlamaktadır” (Kovach ve Rosenstiel, 2007, s. 20). Görüldüğü gibi gazeteciler, sadece bilgi akışının sağlanmasında değil, aynı zamanda onun belirli bir bağlama oturtulmasında da son derece önemli rol oynamaktadır. Bu açıdan gazetecilik, aslında toplum olmanın temel gereklerine katkıda bulunmaktadır.

“Gazetecilik, toplum oluşturmak içindir. Gazetecilik, vatandaşlık kavramının ortak payda olması içindir. Gazetecilik, demokrasi içindir. Serbest bilgi akışı ile iyice güçlenen milyonlarca insan, kendilerine yeni hükümetler seçip, ülkelerindeki siyasi, toplumsal ve iktisadi yaşamın daha iyi sürmesi için yeni kurallar oluşturma işine doğrudan dâhil olmuşlardır” (Kovach ve Rosenstiel, 2007, s. 19).

Gazeteciliğin yukarıda tarif edilen görevlerine tezat biçimde, medya ve iletişim düzenindeki özel sektör kontrolüne dikkat çeken McChesney (1997, s. 7) ise, ticari medyanın demokrasinin uygulanmasına olumsuz etkileri bulunduğunu vurgulamaktadır. Ticari medya, zayıf bir politik kültürü teşvik ederek; apolitik, ilgisiz ve bencil rasyonel tercihleri olan vatandaşlar oluşturur. Ticaret ve kârlılık mantığının hakim olduğu medya içerikleri de buna göre şekillenmektedir.

Kamusal alan kavramı, demokrasinin geçmiş ve günümüzdeki tekerrürlerinde her zaman sivil katılım için olan tartışma yöntemlerini anımsatmaktadır. Bu anlamda kamusal alan, temsili demokrasi içinde sivil katılım için bir standart belirlemektedir. Kamusal alana dâhil olmak, demokrasinin vatandaşlarının sahip olduğu bir ayrıcalıktır. Hatta Yunan ve Roma Cumhuriyetlerinde kamusal alandaki tartışmalara zaman ayırmayanların vatandaş olarak görülmediği bilinmektedir. Ancak modern çağda, kamusal alanın bu kabiliyeti, kamuoyunu bilgilendirme ve yönlendirmede kritik bir rol oynayan kitle iletişim araçları tarafından tehlikeye atılmaktadır. Ticari kitle iletişim araçları, kamusal alanı halkla ilişkiler, reklamcılık ve retoriğin ön planda olduğu bir alana dönüştürmüştür. Bunun anlamı, kitle iletişim araçlarının kamusal alan içerisinde gerçekleşen sivil katılımı sınırlandıran bir biçimde kamuoyunu yönlendirdiğidir (Papacharissi, 2009, s. 30-31).

Benzer şekilde Habermas (2004, s. 99) da kamusal alan ve kitle iletişimi arasında kurduğu ilişkinin, basın henüz “tüketim kültürünün bir aracı” olmadığı döneme ait olduğunu vurgulamaktadır. Hiperticarileşme (hypercommercialism) ve şirket kontrolü, medya sisteminin örtük bir biçimde politik yanlılığa sahip olmasına neden olmaktadır. Tüketimcilik, piyasa, sınıf eşitsizlikleri ve bireycilik doğal ve iyi olarak ele alınırken, politik etkinlik, sivil değerler ve piyasa karşıtı etkinlikler marjinalize edilme ve kınanma eğilimindedir. Ticari medya sisteminin dehası, kendisini sansür yokmuş gibi sunmasında yatmaktadır (McChesney, 2015, s. 110). Schiller, aslında varolan bu sansürü aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

“Bölünmüşlük, veya odaklama, Kuzey Amerika’da enformasyon ve haber akışında pek sıkça kullanılan bir format olarak karşımıza çıkmaktadır. Radyo ve televizyonlarda birinin yekdiğeriyle ilgisi olmayan yığınla haber, makineli tüfek hızında okunmaktadır. Gazeteler, haberlerini sayfaları arasına rastgele serpiştirmektedirler; ya da kimbilir gizli bir kurala göre sayfalarını düzenlemektedirler” (Schiller, 1993, s. 43)

Bu durum halkı kamusal meselelerden uzaklaştırmak ve apolitikleştirmek için çeşitli yönelendirmelere başvurulduğunu ortaya koymaktadır. Siyasal süreçten yabancılaştırmak ve kamusal söylemi önemsizleştirmek amacıyla medya alanında uygulanan stratejiler arasında haberlerin bağlamsızlaştırılması ve böylece aralarındaki bağlantıların engellemesi yer almaktadır (Wallack, 2000, s. 344). Görüldüğü gibi ekonomik altyapı, gazeteciler üzerinde ve gazeteciliğin üretim çıktıları üzerinde önemli etkiye sahip olmaktadır.

Dolayısıyla gazetecilik genel olarak, kamusal söylemin önemsizleştirilmesine ve halkın siyasal süreçten yabancılaşmasına neden olduğu için ciddi biçimde eleştirilmektedir. Bu duruma, gazetenin yerini televizyonun almasının (tipografi çağının gerilemesi ve televizyon çağının yükselmesi) neden olduğu da ileri sürülmektedir. Televizyonun yaygınlaşmasıyla büyük bir “medya-metaforu” değişiminin söz konusu olduğu ve televizyonun doğasının “kamusal söylemlerimizin önemli bir bölümünün içeriğinin tehlikeli biçimde saçmalamasına” sebep olduğu vurgulanmaktadır (Postman, 2012, s. 17-25).

Televizyon haberleri, toplumsal konuları sosyal sorumluluk açısından değil, kişisel sorumluluğa dayalı, bireysel, kişisel öyküler biçimde çerçevelemektedir. Sonuç olarak izleyiciler, kamu görevlilerini veya kurumları sorumlu tutmaktan ziyade, sorunun sebebi

için “kurbanı suçlama” ve çözümden de bireyi sorumlu tutma eğilimine girmektedir (Iyengar, 1991, s. 46). “Çünkü televizyon haberleri, genellikle toplumsal sorumlulukları harekete geçirmeyi başaramamakta (ve aslında onları baskılamakta),...toplumsal sorunlar ile politik liderlerin eylemleri arasındaki bağlantıyı örtbas etme eğilimindedir. Epizodik çerçeveleme, bu bağlantıları zayıflatarak, seçmenlerle ilgili sorumluluğu engellemektedir” (Iyengar, 1991, s. 141-142). Bu doğrultuda medya haberleri, onun ekonomi politikından bağımsız düşünülemez şekilde çerçevelemekte ve izleyicilere sunmaktadır. Toplumsal sorumluluk açısından değil, bireyselleştirilmiş ve bağlamsızlaştırılmış şekilde sunulan haber içerikleri, bilinçli ve katılımcı yurttaşları harekete geçirmekten oldukça uzak olduğundan hem kamusal alan işlevsiz hale gelmekte hem de sosyal sermaye zarar görmektedir.

Gerek Senett tarafından vurgulanan ‘insanların kamusal alandan çekilmesi’ görüşleriyle, gerekse medyanın bireyleri aktif vatandaşlıktan uzaklaştıran stratejiler uyguladığı görüşleriyle ilişileşim içeren birtakım bulgular söz konusudur. Dünya genelinde ağı dayalı bireyleşmiş toplumlara doğru kayma söz konusudur. Bu durum insanların birbirleriyle ilişle kurma biçimleri için belirli sonuçlara sahiptir. İlerleyen başlıklarda inceleneceğı üzere, çeşitli araştırmalar insanların kamusal alanlarda daha az bulunduklarını ve yurttaşlıkla ilişkilendirilen eylemleri daha az yaptıklarını göstermektedir. Ancak Deuze (2009, s. 19) bu durumun insanların oy kullanmadığı, ibadet etmediğı, gazete okumadığı veya artık tek başına bowling oynadığı anlamına gelmediğini vurgulamaktadır. Belirtilen sosyal eylemlerin, bir topluluğa üyelikten ziyade eylemin kendisinden hoşlanılıyorsa gerçekleştirildiğı ileri sürülmektedir. Yani söz konusu davranışların; düzensiz, öngörülemez ve nihayetinde kişisel istek ve ihtiyaçlara bağılı hale geldiğı belirtilmektedir.

Bu durum, ‘medyanın bireyler üzerindeki etkileri’, ‘medyanın bireylere ne yaptığı?’ ya da ‘bireylerin medya mesajlarıyla ne yaptığı?’ gibi soruları gündeme getirmektedir. Sosyal sermaye yaklaşımı içinde Putnam’ın da bu konu üzerinde durduğı görülmektedir. Bu görüşlere yer vermeden önce ‘iletişim araştırmaları’ olarak ana çerçevesi çizilebilecek yaklaşımlara (Gerbner’in çalışmaları başta olmak üzere), sosyal sermaye bağlamında yer verilmesi, Putnam’ın beslendiğı alanı ortaya koymak adına yerinde olacaktır.

2.1.3. İletişim Araştırmaları ve Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye teorisinin, medya yada gazetecilik alanıyla ilgili temel bazı kuram ya da yaklaşımlar açısından ilişkilendirilmesinin söz konusu olduğu belirtilmelidir. Bu somut ilişkilendirmelerin öncesinde bazı gelişmelerin bu duruma zemin hazırladığı hatırlatılmalıdır. Özellikle gazetecilik ve medya alanının tarihsel süreçte güç ve etki merkezi haline gelmesi, iletişim araştırmalarının gelişiminde önemli rol oynamıştır. Bu anlamda Kejanlıoğlu (2004, s. 64-65), iletişim araştırmalarının temelini Harold Lasswell, Paul F. Lazarsfeld ve Daniel Lerner gibi isimlere dayandığını belirtmektedir. Medya alanının sahip olduğu önemin keşfedilmesi, bu alana yönelik araştırmaların yoğunlaşmasına neden olmuştur. Bu araştırmaların öncüsü durumunda bulunan “etki araştırmaları” ile Laswell gibi önemli isimler tarafından kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu etkilerle ilgili “güçlü etkiler”, “sınırlı etkiler” gibi dönemsel adlandırmalar kullanılmış (Türkoğlu, 2015, s. 100-101), kitle iletişim araçlarının bireyler ve toplum üzerinde az veya çok etkisi bulunduğu genel kabul görmüştür. Dolayısıyla medya mesajları, bireyleri az ya da çok etkiliyorsa, toplumun sosyal sermayesine de az ya da çok etki ettiği sonucuna ulaşmak mümkün hale gelmiştir.

Medyanın etkilerinin yoğun biçimde araştırılması ve medyanın sınırlı etkilerinin olabileceğinin anlaşılması, izleyicilerin medya mesajlarıyla ne yaptıkları sorusunu gündeme getirmiştir. Bu soruya cevap aranan çalışmalara öncü olarak Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının gösterildiği bilinmektedir (Yaylagül, 2013, s. 71).

Kullanımlar ve Doyumlar çerçevesinde, gazeteleri ve genel olarak kitle iletişim araçlarını izleyiciler kendi gereksinimlerine uygun olarak seçmektedir (Türkoğlu, 2015, s. 119). Dolayısıyla izleyiciler eğitme, eğlendirme, bilgilendirme gibi “gereksinimlerini” belirli ölçüde kitle iletişim araçlarından karşılamaktadır. Yani gazeteler okuyucularının çeşitli konularda eğitilmesini sağlamakta, boş zamanlarını doldurmakta ve gelişmeler hakkında bilgilendirmektedir. Öyleyse, medya okuyucuları, medya mesajları yoluyla neyin doğru ve yanlış olduğunu öğretmekte ve birtakım normlar oluşturmaktadır. Sosyal sermayenin temel unsurlarından birisinin de bireyler arasında ya da toplumda paylaşılan normlar bulunması olduğuna göre, gazetelerin kitleler arasında birtakım ortak normlar oluşturduğunu ya da pekiştirdiğini söylemek

mümkündür. Böylelikle medya, bireyler arasında ya da toplum genelinde sosyal sermayenin oluşmasına ya da azalmasına neden olmaktadır.

Yine Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı çerçevesinde, kitle iletişim araçları aktif izleyicilerin ‘bilgilenme’ gereksinimlerini karşılamaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s. 156). Bu çerçevede değerlendirilecek olursa, medya/gazeteciler insanları dünyada olup bitenler hakkında haberdar etmektedir. Okuyucular bu bilgilendirme doğrultusunda diğer insanlarla etkileşime girmektedir. Burada da sosyal sermayenin bir diğer unsuru olan ‘iletişim ağları’ medya/gazeteciler tarafından kullanılmakta, insanların birbirleriyle iletişime girmelerinde, fikir alışverişinde bulunmalarında önemli rol üstlenmektedir. Bu durum yine bir diğer ana akım iletişim kuramı olan ‘Gündem Belirleme’ modeli üzerinden de açıklanabilir. Temel olarak insanlara ‘ne hakkında düşüneceklerini’ söyleyen medya (Yaylagül, 2013, s. 78), kitlelerin ortak konular üzerinden iletişime geçmeleri konusunda oldukça araçsal bir konumdadır.

Ancak iletişim araştırmalarıyla sosyal sermaye literatürü arasındaki ilişkinin en somut hale geldiği nokta, gerek Putnam gerekse diğer bazı araştırmacılar tarafından vurgulanan Gerbner ve arkadaşlarının televizyon izleyiciliği üzerine yaptığı araştırmalara dayanmaktadır. Bilindiği gibi medya, pek çok olumsuz mesajı kitlelere aktarmaktadır. Kitleler, her gün medya tarafından gönderilen suç, şiddet, cinsellik gibi içeriklere maruz kalmaya devam etmektedir. Bu anlamda, Gerbner’in başlattığı “Kültürel Göstergeler” araştırma projesi ve “Ekme Kuramı” olarak bilinen yaklaşım (Yaylagül, 2013, s. 74-77), medyanın sosyal sermaye üzerindeki olumsuz etkilerini ifade etmek açısından öne çıkmaktadır. Gerbner, Morgan, Gross ve diğerleri (2002, s. 52), yaptıkları televizyon araştırmaları neticesinde, izleyicilerde “Vasat Dünya Sendromu” olarak adlandırdıkları bir durumun ortaya çıktığını ileri sürmüşlerdir. Bu durum, olumsuz medya içeriklerine maruz kalan bireylerin, yaşadıkları dünya hakkında olumsuz algılar oluşturmalarını ifade etmektedir. Cinayet, hırsızlık, savaş, tecavüz haberleri ve diğer medya çıktılarındaki benzer nitelikteki korkutucu içerikler, bireylerin yaşadığımız dünya hakkında olumsuz genellemeler yapmalarına neden olmaktadır. Bu durum ise, insanların toplumdaki diğer insanlara olan güvenini sarsarak sosyal sermaye oluşumuna zarar vermektedir.

Gerbner, Morgan, Gross ve diğerleri (2002, s. 52), ağır izleyicilerin dünyayı çok daha çarpık bir şekilde algıladıklarını ileri sürmüşlerdir. Bu izleyiciler, daha düşük sosyal

güvene sahiptir ve karşılıklılık normlarını daha az kabul etmektedir. Daha az televizyon izleyenlerle karşılaştırıldığında bu izleyiciler, insanlara daha az güvenmekte ve diğer insanlara karşı dikkatli olunması gerektiğini düşünmektedir. Ayrıca suç ve şiddet mağduru olma ihtimallerini abartma eğiliminde oldukları, resmi rakamlara bakmaksızın suçun yükselme eğiliminde olduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır. Televizyonun sunduğu gerçeklikler, gerçek dünyaya ilişkin yargılarının temelini oluşturmaktadır. (Wallack, 2000, s. 344-345).

Ağır televizyon izleyicileri, hüznün ve yabancılaşmaya daha eğilimli olmalarının yanısıra güvensiz ve tehlikelerle dolu bir dünyada yaşadıkları duygusunu daha yoğun bir şekilde ifade etmektedir (Gerbner; Morgan; Signorielli, 1993, s. 14). Dolayısıyla televizyon, sadece sivil katılım için gerekli olan boş zamanı almakla kalmamakta, aynı zamanda yarattığı güvensizlik, korku ve yabancılaşma nedeniyle de sivil katılımı zorlaştırmaktadır (Wallack, 2000, s. 344).

Televizyonun muhtemel etkileri hakkında George Gerbner ve arkadaşlarının çalışmalarına ağırlıklı olarak sosyal sermaye araştırmacısı Putnam tarafından değinilmektedir. Televizyonun reklamlarla da bağlantılı olarak materyalist değerleri teşvik ettiği konusuna dikkat çekilirken, yoğun biçimde televizyon izleyenlerin yüksek statü ve yüksek gelir elde edebilecekleri işlerde çalışmak istedikleri anlaşılmaktadır (Putnam, 2000, s. 245). Bu bağlamda televizyonun, kişilerin düşünce ve tutumları üzerinde de önemli etkileri bulunduğunu belirten Putnam, Amerika’da sosyal sermayenin düşüşüyle elektronik medya arasında önemli bağlar kurarken, Gerbner ve arkadaşlarının çalışmalarına dayanmaktadır.

Benzer şekilde, televizyon izlemeye harcanan boş zamanın, toplumsal yaşamla ilgili diğer aktivitelere harcanabilecek zamanın yerini aldığını belirten Wallack da (2000, s. 343), Gerbner’in çalışmalarına paralel olarak, televizyon izlemeye harcanan zamanın artmasının, dünya hakkında daha fazla kötümserlik ve sinizim anlamına geldiğini ve sosyal sermayeyi aşındırdığını vurgulamaktadır.

Elbette iletişim araştırmaları sadece yukarıda zikredilen yaklaşımlarla sınırlı değildir ve sosyal sermaye yaklaşımıyla ilişki kurulabilecek birçok farklı yaklaşım ileri sürülebilir. Çünkü iletişimsel olguları araştırmanın tarihi çok eskilere dayandığı gibi, iletişimsel olguları açıklamaya çalışan yaklaşımların sayısı da oldukça fazladır. “İletişim ‘mozaik

bilgilerden' oluşur ve çok disiplinlilikten beslenir" (Bourse ve Yücel, 2012, s. 348). Ancak sosyal sermaye literatürüyle medya araştırmaları arasında özellikle Gerbner'in başını çektiği araştırmalar temelinde, önemli bağlar kurulabildiği anlaşılmaktadır. Bu bağlantıların sosyal sermaye konusunda önde gelen isimlerden olan Robert Putnam tarafından, oldukça somut şekilde ortaya konulması söz konusudur. Sonraki başlıkta Putnam tarafından televizyon izleyiciliği ve sosyal sermayeye verdiği zararlar hakkında yaptığı tespitler ele alınacaktır.

2.1.4. Robert Putnam: Televizyon İzleyiciliği ve Sosyal sermaye

Birinci bölümde Robert Putnam'ın sosyal sermaye yaklaşımının temel kuramcılarından birisi olarak görüşlerine ayrıntılı şekilde yer verilmişti. Putnam, sosyal sermayeyi güven temelinde ele alarak, sivil katılıma oldukça önem vermekte ve toplumdaki dernekleşme oranlarını sosyal sermayenin önemli bir göstergesi olarak ele almaktaydı. Düşünür analizlerinde ABD'de azalan sosyal sermayeyi açıklarken, televizyonun hanelerde yaygınlaşması ve boş zaman aktivitelerinin dönüşümünde televizyonun önemli bir etkisi bulunduğunu ileri sürmektedir. Bu başlık altında ilgili görüşler özetlenmeye çalışılacaktır.

Putnam (2000, s. 218), Tocqueville'den yaklaşık iki yüzyıl sonra gazete okurluğunun sivil katılımın önemli bir işareti olarak kalmaya devam ettiğini belirtmektedir. Buna göre, gazete okurları haberleri sadece televizyondan izleyenlere göre dış dünyayla daha ilgili ve bilgilenmeye daha açıktır. Diğer yandan düzenli gazete okurları, kulüp ve sivil toplum örgütlerinde daha aktif yer almakta, daha düzenli oy kullanmakta, gönüllü ve sosyal projelerde daha fazla çalışmakta, arkadaşlarını daha sık ziyaret etmekte ve komşularına daha fazla güvenmektedir.

Ancak durum sadece gazete okuma oranlarıyla da ilgili değildir. İnsanların habere olan ilgisi, her bir yeni kuşakla birlikte azalmaktadır. Bu durumun altında temel olarak televizyonun yattığı söylenebilir. Artık haberleri okuma eğiliminin yerinin izleme eğilimi almaktadır. Ama haberleri 'okumak' yerine 'izlemenin' basitçe sivil katılımındaki düşüşü açıklaması söz konusu değildir. Çünkü, gazete haberi ve televizyon haberi birbirinin tamamlayıcısı niteliğindedir (Putnam, 2000, s. 219). Bu bağlamda gazete okurluğunda ve sivil katılımındaki düşüş eğilimleri ile televizyonun evlere girmeye başlaması arasında önemli bir ilişki bulunduğu söylenebilir. Putnam, sivil katılım ve

sosyal sermaye açısından gazete okurluğunu ne kadar olumlu buluyorsa, televizyon izlemenin toplumun sosyal sermayesine o kadar zararlı etkileri bulunduğunu belirtmektedir. Ancak altı çizilmesi gereken nokta, Putnam tarafından bu durumun sorumlusu olarak, televizyonda sunulan haber dışı içeriklerin gösterilmektedir. Bu anlamda Putnam, haber ve eğitim programlarının toplum yanlısı olduklarını belirtirken, bu tür programları izleyenlerin, eğlence izleyicilerinden daha fazla toplumsal yaşama katıldıklarını vurgulamaktadır (Putnam, 2000, s. 242-243). Dolayısıyla Putnam haber, takip eden bireylerin daha aktif yurttaşlar olabileceğinin altını çizmektedir.

Ancak haberlerin güvensizlik hikayeleri anlattığı da unutulmamalıdır. Bu hikayeler kısmen doğru olmakla birlikte, izleyici tarafından seçilir, tutulur ve yeniden anlatılır. Capella (2002, s. 239)'nın ifadesiyle, haber çıktıları yalanı söyleme işinde değil, onu yaygınlaştırma işindedir. Karar verme süreçlerinde medya, zaten toplumda var olan güvensizliği yankılayanın aracı (mistrust meme³⁰) olmaktadır. Yani medya, ne güvensizlik ne de güvensizliğe neden olan olayları yaratmaktadır. Ancak güvensizlik, kinizm ve ayrışma hikayelerini dolaşıma soktuğu için, toplumda bulunan güvensizlik ve kinizm ile ilgili suçlamaların bir kısmını hak etmektedir. Benzer şekilde, Batı medyasının önyargı, olumsuzluk, sanasasyonelizm, uydurma haber gibi birçok günahı bulunduğunu belirten Richards, Chia ve Bowd (2011, s. 97-98), medyanın aynı zamanda dürüstlük ve etik standartlar pahasına, ticari karlılık peşinden koştuğunu, bu nedenle kısmen de olsa toplumu bir arada tutan 'yapıştırıcı' olarak nitelenen sosyal sermayeye zarar verdiğini belirtmektedir.

Wallack (2000, s. 337-338) ise, Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşanan bazı felaketlerde gerçekleşen ölümleri örnek göstererek, bunların arkasında yatan sebeplerin korku ve izolasyon olabileceğine dikkat çekmektedir. Korku ve izolasyonda medyanın önemli etkileri bulunduğunu belirten araştırmacı, çeşitli medya içeriklerinin topluma zarar verdiğini vurgulamaktadır. Film ve reklamlarda yer alan alkol, uyuşturucu ve tütün kullanımı; şiddet, cinsellik potansiyel olumsuz etkilere sahiptir (Wallack, 2000, s. 342). Sosyal sermaye, toplulukların kolektif konularda etkili bir şekilde çalışmasına yardımcı olan bir tutkalsa, medyanın yapıştırıcının etkisini azaltmaması gerekmektedir.

³⁰ Meme (ing): "kültürel araçlar vasıtasıyla kolayca yayılan, özellikle çocukları ve kolay etkilenen insanları etkileyen zararlı ve yaygın bir düşünce ya da düşünce şekli; fikir, inanç yahut inanç sistemi, kültür aracılığıyla yayılan yahut anne babadan geçen kültürel miras, gözlemlene ya da iletişim araçları vasıtasıyla edinilen davranış şekli." (<https://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/meme>, Erişim: 09.01.2019)

Ancak, televizyon ve genel olarak kitle iletişim araçları, sosyal sermayeyi güçlendirmekten ya da beslemekten ziyade azaltmak için işlev görmektedir (Wallack, 2000, s. 343). Bu bağlamda Putnam, her ne kadar haber izleyicilerini sivil katılım bağlamında daha olumlu bir noktaya yerleştirse de, haber içeriklerinin de önemli düzeyde olumsuz içerikler ve etkilerinin söz konusu olabileceği belirtilmelidir.

Putnam'ın görüşleri ve alana ilişkin değinilen diğer çalışmalar göz önünde bulundurularak, medya kullanımı ve sosyal sermaye ilişkisinin mevcut durum açısından olumsuz şekilde ele alındığı görülmektedir. Ancak Putnam'ın yukarıda isimleri zikredilen araştırmacılardan konuya yaklaşımında bir farklılık bulunmaktadır. Yukarıda görüşlerine yer verilen diğer araştırmacılar, haber içerikleri de dâhil olmak üzere medya mesajlarının bireylerin güven duygularını hasara uğratarak sosyal sermayeye zarar verdikleri üzerinde durmaktadır. Putnam ise öncelikli olarak televizyonu kullanan bireylerin değişen boş zaman etkinlikleri ve bu nedenle bireyin toplumsal yaşamdan çekilmesi üzerinden sosyal sermayeyi analiz etmektedir. Bu nedenle Putnam, haber okuyuculuğu/izleyiciliğini sivil topluma katılım ve aktif yurttaşlık açısından önemli bir gösterge olarak ele almaktadır.

Putnam (2000, s. 218), kuşaklar arasındaki gazete okuma oranlarında yaşanan çarpıcı düşüşü de ortaya koymaktadır. Eğitim oranındaki artışa rağmen gazete okuma oranlarındaki düşüşe dikkat çeken araştırmacı, aslında gazete okurluğunun sivil katılım ve sosyal sermaye açısından olumlu yönleri bulunduğunu ifade etmektedir. Türkiye'deki duruma bakıldığında "bir gazetenin siyasal haberlerini ne kadar sık okuyorsunuz?" sorusuna, katılımcıların yüzde 20'sinin her gün, yüzde 16'sının ise her gün olmasa da 3-4 kere veya daha fazla şeklinde cevap verdikleri anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda "özellikle haber – yorum öğrenmek isteyenler için gazetelerin hala önemini korumakta olduğu" (Çarkoğlu ve Kalaycıoğlu, 2014, s. 79-80) anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu verilerin, Putnam'ın ileri sürdüğü biçimde yorumlandığında, sivil katılım ve sosyal sermaye açısından olumlu göstergeler olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Ayrıca Putnam, medyanın aşırı derecede eğlence içerikleri sunduğuna dikkat çekmektedir. Haber izlemek ve haber okumak benzer eylemler olduklarından, TV haberi izlemekle sivil katılım arasında pozitif ilişki olması sürpriz değildir. Ancak haber okurluğu gibi haber izleyiciliği de düşüş eğilimindedir. Bunun temel nedeni

televizyon içeriklerinin büyük çoğunluğunun eğlenceye ayrılmış hale gelmesidir (Putnam, 2000, s. 219-221).

Haber içeriklerinin azalarak televizyon eğlencesinin baskın hale gelmesi, televizyon izleme ile sivil katılım arasındaki ilişkinin negatif olarak değerlendirilmesi sonucunu doğurmaktadır. Putnam (2000, s. 234), bu durumun sadece Amerika’da olmadığını, diğer pek çok ülkede benzer ampirik bulguların söz konusu olduğunu ifade etmektedir. Ona göre, dünya genelinde televizyona sahip olma ve izleme oranları arttıkça, diğer toplumsal faaliyetlere daha az zaman harcanmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de televizyon izleyiciliğinin durumu incelendiğinde, Çarkoğlu ve Kalaycıoğlu (2014, s. 79-80) yaptıkları araştırmada TV’den düzenli olarak siyasal haber izleyenlerin Türkiye’deki seçmen yaşındaki nüfusun dörtte üçünden biraz fazla (%78) olduğunu vurgulamışlardır. Bu doğrultuda, 2004 yılında Türkiye dışındaki yirmi iki ülkede daha bu sorunun sorulduğunu dile getiren araştırmacılar, “bu ülkelerin hepsi göz önüne alındığında” ortalama oranların Türkiye ortalamasından bir hayli daha düşük olduğunu vurgulamaktadırlar. Dolayısıyla araştırmacılar, Türkiye’de televizyonun temelde siyasal haber kaynağı olarak kullanıldığı şeklinde bir değerlendirmede bulunmaktadır. Yine Putnamcı bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde, televizyonun siyasal haber kaynağı olarak bu denli yüksek bir oranda kullanılması, sosyal sermaye bakımından son derece olumlu bir göstergedir. Ancak izlenen haberlerin içeriklerinin de dikkate alınması gerektiği belirtilmelidir.

Diğer taraftan, teknolojik gelişmelerin gündelik hayat üzerindeki etkileri önem kazanmaktadır. Televizyonun en önemli sonucunun, insanları eve getirmek olduğu tespitini yapan Putnam (2000, s. 223,228), en önemli boş zaman aktivitelerinin büyük oranda evde yapılanlar haline geldiğine işaret etmektedir. Boş zamanlarını evde geçirmeyi tercih edenlerin ise büyük oranda televizyon eğlencesine bağımlı olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla, sivil katılım ile televizyon izleme arasındaki bağlantıyı sorgulayan Putnam, televizyon izleme oranları arttıkça, sivil katılım ve toplumsal ilginin azaldığı sonucuna varmaktadır. Bunun anlamı, kamusal toplantılar, yerel dernek üyelikleri gibi sivil katılım unsurlarının azalmasıdır.

Ayrıca televizyon bağımlılığı, yalnızca toplumsal yaşamda daha az yer almak anlamına gelmemekte, aynı zamanda diğer tüm biçimleriyle (yazılı, sözlü veya elektronik) daha az sosyal iletişim anlamına da gelmektedir. Bu tür teknolojik yenilikler, insanları ev içi

ortama daha fazla hapsetmekte ve bireylerin yakın ve samimi ilişkiler kurmasına engel teşkil etmektedir (Putnam, 2000, s. 230-234).

Özetle Putnam (Putnam, 2000, s. 237), televizyonun sivil katılımı üç biçimde azaltma olasılığı bulunduğunu belirtmektedir:

- Televizyon, insanların sınırlı olan zamanını tüketmektedir.
- Televizyonun sosyal katılımı engelleyen psikolojik etkileri bulunmaktadır.
- Spesifik program içerikleri vatandaşlık motivasyonlarını azaltmaktadır.

Televizyon izlemenin uyusukluk ve pasifliği teşvik ettiğini gösteren başka araştırmalar da bulunmaktadır. Bir önceki bölümde değinilen bu araştırmalara, özellikle Gerbner'in çalışmalarına sıklıkla atıfta bulunan Putnam (2000, s. 238-242), yalnızlık ve duygusal sıkıntı yaşayan mutsuz insanların daha fazla televizyon izlediğini belirtmektedir. Televizyon izleme, herhangi bir beceri veya efor gerektirmeyen etkinliktir. Bu bağlamda televizyonun bireyleri pasifleştirici etkilerinin bulunduğu vurgulanmaktadır. Bu görüşe göre, televizyon sunduğu sahte kişiliklerle, sahte bir toplumsallaşma ihtiyacını karşılayarak insanların toplumsal yaşamdan çekilmesine sebep olmaktadır.

Farklı toplumlarda haber medyasının kullanımı ve sosyal sermaye düzeyleri arasında olumlu ya da olumsuz bir ilişki bulunup bulunmadığını anlamak için Dünya Değerler Araştırması (1995-7) verilerini analiz eden Norris (2002, s. 4-5) ise, Putnam'ın bazı iddialarının geçerli olmadığını belirtmektedir. İlgili araştırma, 47 farklı ülkenin gönüllü ve sivil toplum kuruluşlarına üyelik, kişisel güven, siyasal ve sivil katılım gibi sosyal sermaye göstergeleri hakkında veri sağlamaktadır. Bu bağlamda, ilgili verileri yorumlayan yazar, sosyal sermaye göstergelerinin yüksek olduğu ülkelerde medyaya erişimin oldukça yüksek olduğunu, gazete okuyuculuğuyla sosyal sermaye arasında oldukça yüksek bir ilgileşim söz konusu olduğunu belirtmekte, ayrıca televizyon izleyiciliğiyle sosyal sermaye arasında negatif değil pozitif bir ilişki bulunduğunu vurgulamaktadır. Norris tarafından ortaya atılan bir diğer ilginç sonuç ise; yüz yüze, güçlü ve güvene dayalı kişilerarası ilişkilerin söz konusu olduğu ülkeler, aynı zamanda televizyona en yaygın erişimin olduğu ülkelerdir. Dolayısıyla, bireylerin örgütsel üyelik düzeyleri ve sivil toplumdan kaynaklanan gayri resmi sosyal ağların, kitle iletişim araçlarının kullanımıyla negatif bir ilişkisinin bulunmadığı ifade edilmektedir. Bu bağlamda Putnam'ın öne sürdüğü post-endüstriyel toplumlarda televizyonun yayılımı

ve boş zamanın özelleşmesinin, sosyal sermaye ve sosyal güveni erozyona uğrattığı tezinin ilgili veriler ışığında desteklenmediği iddia edilmektedir.

Yine de televizyon kültürünün, sivil katılıma zarar verdiğini öne sürenlerin sayısının çoğunlukta olduğunu belirtmek gerekmektedir. Bu bağlamda, televizyonun sürekli olarak eğlence kültürünü körüklediği ve ‘ciddi’ meseleleri önemsiz olarak sunduğuna dikkat çeken Postman (2012, s. 173), televizyonun sivil topluma verdiği zararı aşağıdaki gibi ifade etmektedir:

“Bir halk saçma sapan şeylerle eğlendiği, kültürel yaşam aralıksız eğlence turları şeklinde yeniden tanımlandığı, ciddi kamusal konuşmalar bebeklerin çıkardıkları seslere benzediği ve kısacası halkın kendisi bir izleyici kitlesi, halkın kamusal işleri de bir vodvil temsiline döndüğü zaman, artık ulus riskle yüz yüze gelmiş ve kültürün ölümü açık bir olasılık halini almış demektir.”

2.1.5. Pierre Bourdieu: Gazetecilik Toplumsal Alanı ve Sosyal Sermaye

Fransız sosyolog Pierre Bourdieu’nun ismi, sosyal sermaye yaklaşımı içinde temel kuramcılarla birlikte zikredilmiş ve düşünürün kendine has sosyolojisi içinde geliştirdiği önemli kavramsal araçlardan daha önceki açıklamalarda yeri geldikçe bahsedilmişti. Ancak Bourdieu’nun sosyal sermaye yaklaşımı için taşıdığı önem kadar gazetecilik literatürü açısından da önem taşıdığı belirtilmelidir. Özellikle televizyon ve gazetecilik konusundaki görüşlerini topladığı *Televizyon Üzerine* isimli kitabı bu anlamda öne çıkmaktadır. Bourdieu, toplumda mücadelenin sürdürüldüğü ‘alanlar’ bulunduğunu dile getirirken gazeteciliğin de kendine has kuralları bulunan bir mikrokozmos olduğunu ileri sürmekte ve alan içindeki aktörlerin ellerindeki sermaye biçimlerini (ekonomik, kültürel, sosyal ve sembolik sermayeler) kullandığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda Bourdieu’nun gazetecilik toplumsal alanı hakkındaki görüşleri ve sosyal sermayenin bu alanda nasıl iş gördüğüne ilişkin açıklamalarına yer verilmeye çalışılacaktır. Bu noktada öncelikle Bourdieu’nun sosyal sermayeyi ele alış biçimini tekrar hatırlamak gerekmektedir.

“Karşılıklı tanıdıklık ya da tanımanın az ya da çok kurumlaşmış ilişkilerinden oluşan kalıcı bir ağa sahip olmaya dayalı, fiili ya da potansiyel kaynakların toplamıdır” (Bourdieu, 1986, s. 248)

“Toplumsal zorunluluklardan (ilişkiler) meydana gelen, belirli koşullar altında ekonomik sermayeye çevrilebilen ve çeşitli soyluluk unvanlarıyla kurumlaştırılabilir” (Bourdieu, 1986, s. 243)

“Birey veya grubun sahip olduğu az ya da çok kurumlaşmış ilişkilerinin oluşturduğu kalıcı iletişim ağından elde edilen güncel veya gerçek kaynakların toplamıdır” (Bourdieu ve Wacquant, 1992, s. 119).

Görüldüğü gibi düşünür, sosyal sermayeyi, aktörlerin sahip oldukları ilişkilerde bulunan “potansiyel kaynaklar” olarak değerlendirmektedir. Ancak Bourdieu, aslında çok daha geniş bir alana yayılmaktadır. “Sosyal gerçekliği anlamak ve açıklamak için bir dizi kavram seti kullanmıştır. Dolayısıyla sermaye konusuna olan yaklaşımı, düşünce sistemi içinde kullanmış olduğu *alan*, *habitus*, ve *oyun* gibi kavramlarla birlikte anlaşılabilirliği” (Aydemir, 2011, s. 46-47) daha önce de belirtilmiştir. Dolayısıyla Bourdieu düşüncesinde sosyal sermaye ve gazetecilik ilişkisini açıklamak için, öncelikle bu kavramları tekrar hatırlamak gerekmektedir.

Bourdieu (2015, s. 62-63)’nın **alan** kavramı, “edebiyat, sanat veya bilim [vb.] üreten, yeniden üreten veya yayan kurum ve failerin içerisinde konumlandıkları bir evreni” temsil etmektedir. Ayrıca bahsedilen alanlar “diğerleri gibi bir sosyal dünyadır ancak az veya çok daha hususi sosyal yasalara riayet eden bir dünyadır.” Dolayısıyla alan kavramının, “kendine özgü yasalarla donanmış mikrokozmosu [alan ve alt alanları] işaret ettiği” ve “kısmi bir özerkliğe sahip olduğu” anlaşılmaktadır. Bu bağlamda Bourdieu’nun birbirleriyle etkileşim içinde bulunan, her birinin kendine özgü mantığı ve kurallarının bulunduğu, çok sayıda alan ve alt alandan bahsettiği görülmektedir. Dolayısıyla gazetecilik kurumu Bourdieu sosyolojisinde belirtilen toplumsal alanlardan birisi olarak ortaya çıkmaktadır. Bunu sosyoloğun “gazeteci varolmayan, soyut bir tümlüktür; varolan şey, cinsiyete, yaşa, eğitim düzeyine, gazeteye, "medium"a göre farklılıklar gösteren gazetecilerdir. Gazetecilerin dünyası, çatışmaların, rekabetlerin, düşmanlıkların olduğu bölünmüş bir dünyadır” (Bourdieu, 1997, s. 27) ifadeleri de doğrulamaktadır. Bu bağlamda Bourdieu (1997, s. 29), gazetecilik alanını ve onun rekabet şartlarını aşağıdaki biçimde örneklendirmektedir:

“Aynı anda hem sürecin içinde olmak, hem de kendini farklılaştırmak için, çoğu kez gazetecilerin akıl almaz bir önem atfettikleri, ama televizyon izleyicisinin tümüyle algılaması dışında kalan, küçümen farklılıklar aracılığıyla [kendilerini] ayırtmak için yapılır. (İşte özellikle tipik bir alan etkisi: müşterilerin arzularına daha iyi uyarlanmak için yapıldığı sanılan şeyler, rakiplere atfen yapılır.)”

Yine Bourdieu sosyolojisinin “merkez kavramlarından birine dönüştüğü” belirtilen **habitus**, “kişinin ya da kişiler kümesinin geçmiş deneyimlerinin içinde bütünleştiği

kalıcı yatkinlıklar, elverişlilikler bütünü” ifade etmektedir. Bu bağlamda “bir sınıfın ya da topluluğun habitus’ü, düşünme ve eyleme konusunda kendiliğindenlik ve özgürlüğe sahip olduğuna ilişkin bir yanılsamadır” (Bourdieu, 1995, s. 243; *kavramın açıklaması kitabın sonuna çevirmen tarafından eklenen terimler sözlüğünden alınmıştır.*) Habitus kavramının, “bireylere içkin olan, zihinsel ve bedensel kaynaklar” olduğunu belirten İlic (2015, s. 321), bu kavram ile “haberci ve habercilik alanının dengeli bir şekilde birleştirilebileceğini” belirtirken, kavramın gazetecilikle olan ilişkisini aşağıdaki biçimde kurmaktadır:

“Haberciler, haber değeri taşıyan bir olayla karşılaştıklarında ne yapmaları gerektiğini bilirler. Haberci olarak sahip oldukları habitus, onların nasıl davranmaları gerektiğini belirler. Ancak, bu eylemler onların muhabirler olarak toplumsal uzamdaki konumlarından ve sosyal eşitsizlik tayfindaki yerlerinden de ayrı değildir. Bu toplumsal eşitsizlik ve uzamsal belirlenmişlik, habitusleri üzerinden habercilerin içine işlemiştir.”

Bu bakımdan gazetecilik toplumsal alanını oluşturan gazeteci aktörler, geçmiş deneyimlerinden mesleğe ilişkin kalıcı yatkinlıklar elde etmektedir. Diğer taraftan tarihsel olarak gazeteciliğin edindiği toplumsal konum da dikkate alınarak, kendisine ait bir *habitus*’u bulunduğunu söylemek mümkün hale gelmektedir.

Ayrıca düşünür, alan içindeki aktörlerin birbirlerine göre olan durumunu açıklamak için **oyun** metaforunu kullanmıştır. “Alan ile oyun arasında benzerlik kurulabileceğini” belirten Bourdieu, alanların, oyunun oynandığı uzamlar olduğunu dile getirmektedir. “Esas olarak oyuncular arasındaki rekabetin ürünü olan *kazanılacaklar* ve *kaybedilecekler* vardır. Oyuna yatırım...söz konusudur. Oyuncular, ancak oyuna ve bahislerine olan inancı...paylaştıkları ölçüde oyuna katılır ve -bazen kıyasıya bir rekabetle birbirlerinin karşısına çıkarlar.” Oyuncuların birbirleriyle rekabet ederken ellerindeki sermaye biçimleri ve bu sermayenin niceliksel durumlarına göre stratejiler ürettikleri belirtilir (Bourdieu ve Wacquant, 2014, s. 82-83).

“Karşılıklı duran aynaların birbirini yansıtması türünden bu oyun müthiş bir kapanmışlık, zihinsel kapatılmışlık etkisi yaratır. Ara-okumanın, bütün mülakatlarda doğrulanan bu etkisine bir başka örnek: televizyonun öğlen haberlerini hazırlamak için, bir önceki akşam, 20 haberlerinde geçen başlıkları ve sabah gazetelerini görmüş olmak ve akşam haberlerindeki başlıklarını saptayabilmem için de sabah gazetelerini okumuş olmam gerekir. Mesleğin dillendirilmemiş zorunluluklarının parçasıdır bu” (Bourdieu, 1997, s. 29).

Bourdieu'ya paralel olarak, gazeteciliğin kendine özgü yapısını açıklayan Siapera ve Spyridou (2012 , s. 79), meslek sosyolojisinin, meslekleri karakterize eden genel ilkeleri bulma girişimlerinde farklı meslekler arasındaki ince farklılıkları gözden kaçırdığını dile getirmektedir. Bazı tipik mesleklerin tanımları belirgin şekilde yapılırken, mesleklerin kendi iç dinamiklerinin gözden kaçırılması da söz konusu olmaktadır. Bir alanın meslek olarak sayılabilmesi özel mesleki beceriler, uzmanlık bilgisi ve profesyonellikle ilgilidir. Meslek sosyolojisi, profesyonelliği genelde olumlu olarak ele alır çünkü bilgiyi ellerinde tutan farklı meslek topluluklarının gelişmesi ve genel olarak kabul gören mesleki standartlar oluşturmaya izin verir. Meslekler, yeni bilginin kontrol edilmesi yoluyla ortaya çıkmaktadır. Bu durum ise meslekleri iktidar ve toplumsal mücadele alanı haline dönüştürmektedir. Dolayısıyla gazetecilik bir meslek olarak değerlendirildiğinde, onun bir iktidar ve toplumsal mücadele alanı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu noktada Bourdieu (1997, s. 38)'nin “gazetecilik alanı nosyonunu” açıklamak yerinde olacaktır:

“Ne kadar ayrıntılı olursa olsun, bir televizyon setinde cereyan eden şeylere ilişkin bir betimlemeden daha öteye gitmek ve gazetecilerin uygulamalarının açıklayıcı mekanizmalarını kavramaya çalışmak için, biraz teknik olmakla beraber anırtmaya mecbur olduğum bir nosyonu, gazetecilik alanı nosyonunu devreye sokmak gerekiyor. Gazeteciliğin dünyası, kendine özgü yasaları olan ve global dünya içindeki konumuyla, maruz kaldığı ve öteki mikrokozmoslardan kaynaklanan çekim ve itimlerle tanımlanan bir mikrokozmostur. Onun özerk olduğunu, kendine özgü yasaları olduğunu söylemek, orada cereyan eden şeyin, dış etmenlerden yola çıkarak doğrudan bir tarzda anlaşılmasının mümkün olmadığını söylemektir. Bu, gazetecilikte cereyan eden şeyin ekonomik etmenlerle açıklanmasına yönelttiğim itirazın önvarsayılmışydı.”

Bourdieu'nun 'field/alan teorisi'yle bağlantılı olarak değerlendirilirse, “gazetecilik ve medya atmosferi de diğer meslek gruplarından farklılaşıp kendi aksiyon grubunu yaratmış özel bir alan/field'dır.” Çünkü bir ‘alan’; “kendi oyununun kendine özgü kuralları olan bir aksiyon alanıdır.” (Arsan, 2008, s. 87). Dolayısıyla gazetecilik alanı kendinden menkul ve özerk bir yapı olmanın uzağında, içerisindeki aktörlerle birlikte diğer toplumsal alanlarla ilişki içerisinde bulunan ve bu bağlamda anlaşılıp açıklanabilecek bir “mikrokozmos” olarak değerlendirilmektedir. Böylece gazetecilik aktörlerin kimi zaman rekabet ettikleri kimi zaman da iş birliği yaptıkları bir oyun alanı haline dönüşmektedir. Gazeteci aktörlerin rekabet araçları ise ellerinde bulundurdıkları farklı sermaye biçimleridir. Bu bağlamda diğer sermaye biçimleriyle birlikte sosyal

sermaye, “karşılıklı tanıdıklık ya da tanımanın az ya da çok kurumlaşmış ilişkilerinden oluşan kalıcı bir ağa sahip olmaya dayalı, fiili ya da potansiyel kaynaklar” olarak gazeteci aktörlerin mesleki pratiklerinde kullandıkları önemli bir araç olarak değer kazanmaktadır.

Ayrıca, Bourdieu’nun gazetecilik alanı için vurguladığı noktalara İlic (2015, s. 321) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da dikkat çekilmektedir. “Özellikle ana akım medyada sansasyonel haber içerikleri, reklam ve reyting beklentisi” söz konusu olmakta “haber üretiminin bu yapısal unsurlarının, muhabirlerin özerklik ve bağımsızlık alanlarını” daraltmaktadır. Bourdieu (1997, s. 24) “ayıklama ilkesi” olarak ifade ettiği “sansasyonelin ve gösteri niteliği taşıyanın” gazeteciler tarafından özellikle seçildiğini “gazetecilerin özel ‘gözlükleri’ vardır ve bunlarla bazı şeyleri görürlerken bazılarını görmezler ve gördükleri şeyleri de belli bir tarzda görürler. Bir ayıklama yapar ve ayıklanmış olan şeyi belli bir tarzda kurarlar” ifadeleriyle vurgulamaktadır.

Bu bağlamda, ana akım medya açısından haber üretimlerinde rekabet koşullarının belirleyiciliği bulunmaktadır. Dolayısıyla gazetecilik alanının *habitusu*, alanın aktörlerinin sansasyonel içerikler seçme eğiliminde olmalarına neden olarak, daha önceki başlıklarda da tartışıldığı gibi medya takipçilerinin sosyal sermayesine zarar vermektedir. Diğer taraftan gazeteci aktörlerin “tanıdıklık ilişkileri” yani sosyal sermayeleri (diğer sermaye biçimleriyle birlikte), salt medya kuruluşunun politikalarına hizmet etme aracı haline dönüşmektedir. Bu haliyle gazetecilik, kamu yararını gözetmekten oldukça uzak olduğu gibi, gazeteciler de sosyal sermaye yoluyla bulundukları toplumla güvene dayalı ilişkiler geliştirmekten son derece uzaktır. Medyanın ekonomik politik yapısından kaynaklanan bu durum, gazeteciliğin bugün pek çok eleştiriyle karşı karşıya kalmasına sebep olmuştur. Temel eleştiri, gazeteciliğin tarihsel ve toplumsal olarak yüklenen sorumluluklarını yerine getirmekten çok uzak olduğu noktasındadır. Bu noktada gazeteciliğin karşı karşıya kaldığı krizi aşmak için bazı ‘yeni’ bakış açıları geliştirilmiştir. Gazetecilikle ilgili bu yeni yönelimlere ve sosyal sermayeyle olan ilişkisine ilerleyen başlıklarda yer verilecektir. Bundan önce Türkiye’de iletişim alanında sosyal sermaye yaklaşımını ele alan bazı çalışmalara yer verilecektir.

2.1.6. Türkiye’de İletişim Alanında Gerçekleştirilen Sosyal Sermaye Araştırmaları

Sosyal sermaye yaklaşımına olan ilginin Türkiye’de son yıllarda canlanmaya başladığı daha önce belirtilmişti. Bu bağlamda iletişim alanında da Türkiye’de sosyal sermaye konusunu ele alan bazı çalışmaların söz konusu olduğu görülmektedir. Gazetecilik alanı ve sosyal sermaye ilişkisine iletişim bilimleri bağlamında katkı sağlaması bakımından bu araştırmalardan bahsetmek gerekmektedir.

Türkiye’de sosyal sermayenin iletişim disiplini açısından ele alındığı iki doktora tezi bulunmaktadır. Babacan (2012), gerçekleştirdiği çalışmada, toplumsal paylaşım ağlarında gerçekleşen sosyal sermaye pratiklerini incelemiştir. Sosyal medyanın, birey ve toplum üzerindeki etkilerini, araştırmacının “en çarpıcı göstergelerinden birinin” sosyal sermaye olduğu belirtilmektedir. Üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen alan araştırması sonucunda, bireylerin daha çok zaten var olan sosyal sermayelerini sosyal medya ağlarına taşıdıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal sermayeyi ele alan bir diğer iletişim araştırması Bakan (2014) tarafından gerçekleştirilen doktora tezidir. Araştırmacı, Facebook ve LinkedIn kullanıcılarının iletişim düzeyleri ve sosyal sermaye oluşumuna etkilerini araştırmıştır. Bu çalışmada, sosyal ağ kullanımı ve sosyal sermaye arasındaki ilişki, bireylerin kişilik özelliklerindeki farklılaşmalar üzerinden açıklanmıştır.

Doktora tezleri dışında sosyal sermaye konusunun iletişim alanıyla bağlantılı olduğu diğer bazı çalışmalar da bulunmaktadır.

Boz, Buluk ve Aysu (2017) Çanakkale örneğinde, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile sosyal sermayeleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Sosyal medya kullanımı ile sosyal sermaye üretimi arasında anlamlı bir ilişki bulan araştırmacılar, öğrencilerin sosyal sermaye düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Saltık (2018), beş tanınmış Instagram hesabına katılımcı gözlem yoluyla gerçekleştirdiği çalışmada, sosyal medya ve stalk olgusunu sosyal sermaye ve armağan ekonomisi üzerinden incelemiştir. Bu bağlamda araştırmacı, sosyal medya hesaplarının gerçekleştirdikleri teşhir ve armağanlaşma stratejileriyle sosyal sermaye edindiklerini vurgulamaktadır.

Keleş ve Akkaş (2018), yaşam memnuniyeti ile sosyal sermaye, sosyal etkileşim ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Sosyal sermaye ve sosyal etkileşimin yaşam memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisi bulunduğunu belirten araştırmacılar, sosyal medya kullanımı ile yaşam memnuniyeti arasında ise negatif yönlü bir ilişki tespit etmiştir.

Baş (2018), üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdiği alan araştırmasında, sosyal sermayeyi gençlerin sosyal medya mecralarında paylaşım tutumlarını açıklayan unsurlardan biri olarak değerlendirilmiştir. Araştırmada, e-sosyal sermayenin sosyal medyada paylaşım yapma niyetine yönelik tutumlarda olumlu bir etkisi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Aydın Öztürk (2018), müzik ve eğlence dünyasındaki ilişkileri sosyal sermaye yaklaşımı bağlamında ele almıştır. Müzik dünyasında çok sayıda aktörün iş birliği içerisinde bulunduğunu belirten yazar, bu ilişkilerin yeni medya ile yaşadığı dönüşümü çoklu yöntem kullanarak incelemiştir.

Acun, Yücel, Balbağ ve diğerleri (2017) sosyal medya, sosyal sermaye ve demokratik vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla gerçekleştirilen çalışmadan, öğrencilerin kaynaştırıcı ve bağlayıcı sosyal sermayeye sahip oldukları ve sosyal medyayı ağ kurma amacıyla kullandıkları anlaşılmaktadır.

Yıldız (2017), sosyal medya araçlarının sosyal sermaye üzerindeki etkisini incelemiş, yeni medya araçlarının toplumsal sermayeye katkısı üzerinde durmuştur.

Eniç (2018), Facebook kullanımının sosyal sermaye üzerindeki etkisini, daha önce yapılan çalışmalar üzerinden incelemiştir. Facebook kullanımı ve aracı sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu belirten yazar, Facebook'un sosyal sermaye üzerindeki etkisinin sitede kullanılan iletişim pratiklerine bağlı olduğunu vurgulamıştır.

Sosyal sermayeyi iletişim alanında ele alan çalışmaları yukarıdaki şekilde özetlemek mümkündür. İlgili araştırmalardan anlaşılabileceği üzere, Türkiye'de sosyal sermayeyi iletişim disiplini içerisinde ele alan çalışmaların, konuyu ağırlıklı olarak sosyal medya bağlamında ele aldığı anlaşılmaktadır. İnternet teknolojilerindeki hızlı gelişim ve değişimin, toplumsal ve bireysel düzlemdeki etkilerini anlama ve açıklama eğilimlerinin

bu durumun nedeni olduğu tahmin edilmektedir. Ancak Türkiye’de sosyal sermaye konusunu kitle iletişimi ve gazetecilik bağlamında ele alan bir çalışmaya rastlanmamış olması, önemli bir eksikliğe işaret etmektedir.

Bu noktada çalışmanın konusu doğrultusunda, sosyal sermaye yaklaşımı gazetecilik alanıyla ilişkisi içerisinde ele alınmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla sonraki başlıkta ilk bölümde açıklanan sosyal sermayenin unsurları, gazetecilik alanı açısından değerlendirilecektir.

2.2. Sosyal Sermayenin Unsurları ve Gazetecilik

Önceki başlıklarda gazetecilik ve sosyal sermaye ilişkisine zemin oluşturan kuramsal çerçeveye yer verilmiştir. Diğer taraftan gazetecilik ve sosyal sermaye ilişkisinin, sosyal sermayenin alt boyutları açısından incelenmesi gerekli hale gelmektedir. İlk bölümde sosyal sermayeye ilişkin teorik çerçeve açıklanırken, yaklaşıma ilişkin alt boyutların güven, iletişim ağları ve normlar olduğu ifade edilmiş ve gerekli açıklamalara yer verilmişti. Bu kısımda her bir alt boyutun gazetecilik alanıyla ilişkisi ayrı başlıklar altında ele alınacaktır.

2.2.1. Gazetecilikte Güven

Toplumun gazeteciler hakkındaki kanaatleri, onlara karşı duyulan güven duygusuyla doğrudan ilişkilidir. Gazetecilere güven duymayan bir toplumda, vatandaşları merkeze alan bir gazetecilik yapmak mümkün olamayacaktır. Bunun da ötesinde, gazetecilerin hizmet ettiği vatandaşlardan haber kaynağı olarak bile yararlanması zorlaşacaktır. Çünkü “gazetecilik, doğası gereği insanlar arası ilişkilerle iç içe bir meslektir. Bu ilişkilerde güven ve güvenilirlik sağlamak en önemli konulardan biridir” (Alemdar ve Uzun, 2019, s. 97).

Gazetecilikte güven meselesi son derece önemlidir. Halk, habercilerin aktardıklarına inanmazsa, haberciliğin bütün temellerinin sarsılması kaçınılmazdır. Habercilikte güvenilir olmak her şeydir. Amerika ve İngiltere’de yapılan farklı araştırmalar ise izleyici ve okuyucuların gazetecilere güvenmediklerini ortaya koymaktadır (Rudin ve Ibbotson, 2002, s. 4). Ancak gazetecilikte itibar ve saygınlık son derece önemlidir. (Özgen, 2012, s. 74). Gazeteciler onlardan beklenen standartları karşılayamadıklarında

topluma karşı hesap verebilir bir konumda olmalıdırlar. Çoğu meslekten daha rekabetçi olan habercilikte itibar ve isim son derece önemlidir (White, 2008, s. 141). “Saygınlık asla göz ardı edilmemelidir. Çünkü gazetecilik bir itibar işidir. İtibarınızı kaybederseniz yok olursunuz” (Demirkent, 1995, s. 21).

Ancak gazeteci, toplumca ahlaki açıdan en düşük mesleki gruplar arasında görülmekte ve dışlanmaktadır. Ünlü sosyolog Weber (1946, s.96), basın ve gazetecilerle ilgili oldukça erken dönem değerlendirmelerinde dahi, gazetecilerin güvenilirlikleriyle ilgili sorunlara dikkat çekmiştir. Gazetecilerin güvenilmez bulunmasının temel sebeplerinde biri, yaşanan etik sorunlardır. Etik sorunların yaşandığı alanlardan biri haber kaynaklarıyla olan ilişkilerdir. Bu ilişkilerde güven önemli yer tutar. Gazeteciler, okuyucunun güvenini sağlamanın yanında haberleri için bilgi topladıkları kaynakların da güvenini kazanmak durumundadır. Habercilerin, yazdıkları haberde kaynaklarını açıkça belirtmeleri istenir ve bu haberin bir ögesini oluşturur. Bununla birlikte kaynaklar, bazen bazı habercilere haber sızdırır ve habercilerin kendilerine verileni haber olarak yazmalarını, ancak kaynağını belirtmemelerini isterler. Buna karşın kaynağın açıklanması durumunda, kaynak haberciye olan güvenini yitirecek ve bir daha ona bilgi vermeyecektir (Uzun, 2011, s. 78).

Özellikle magazinleşme, habercilerin yaptığı işin ciddiyetini sarsmakta, haberciler ile toplumun diğer kesimleri arasında ciddi bir güven bunalımı söz konusu olmaktadır. Magazinleşmenin neden olduğu güven sorunu için en belirgin örnek Amerika Birleşik Devletleri’nde yaşanan Clinton’un ‘Fermuar Davası’³¹’dir. Halkın başkan yerine medyaya ve gazetecilere olan güvenini sarsmıştır. “Ne kadar önemsiz olursa olsun potansiyel herhangi bir skandalın adının ardına ‘dava’ kelimesini böyle rahatlıkla eklemeleri” gazetecilerin ciddiyetinin sorgulanmasına sebep olmaktadır (Hargreaves, 2006, s. 11-12).

Gazeteciliğin bir diğer zayıflığı, güvenilir özdenetim sistemleri geliştirmedeki başarısızlığıdır. Öz denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi, medyanın güvenilirliği ve tutarlılığını arttıracak en önemli unsurdur. Bu nedenle medya halka şeffaflık, erişilebilirlik, dürüstlük ve hesap verilebilirlik taahhüt etmelidir. Ancak bu şekilde

³¹ ABD Başkanı Bill Clinton ile Beyaz Saray’da stajyer olarak çalışan Monica Lewinsky arasında Oval Ofis’te yaşananların, basına ve kamuoyuna yansısıyla ortaya çıkan skandal. Monica Lewinsky Skandalı olarak da bilinmektedir.

gazetecilik ile kamusal fayda arasındaki ilişki tekrar kurulabilir (White, 2008, s. 138-139). Böylece gazetecilik kurumu tekrar sivil katılımı arttıran, sosyal sermayenin inşa edilmesindeki tarihsel rolüyle ilişkilendirilebilir. Mevcut haliyle gazeteciliğin, bu tarihsel rolünden oldukça uzak olduğu anlaşılmaktadır.

“Çeşitli dönemlerde yapılan kamuoyu araştırmalarında gazetecilik güvenilirlik açısından son sıralarda yer almaktadır. Örneğin, Uluslararası Stratejik Araştırma Eğitim ve Danışma Merkezi Platformu’nun Türkiye’de gerçekleştirdiği ‘Kurumsal ve Mesleki Güvenilirlik’ anketinde gazetecilik yüzde 35.28, televizyonculuk yüzde 27.26 oy oranı ile en az güvenilen meslekler arasında yer aldı. Medyanın güvenilirliğinin azalması, yalnızca Türkiye’ye özgü bir sorun değildir. Gazetecilik mesleğine karşı uluslararası düzeyde bir güven yitimi olduğu çeşitli araştırmalarda ortaya konmaktadır” (Uzun, 2011, s. 33).

İçeriklerin halkla ilişkilerle doldurması ya da sansasyonel habercilik halkın gözünde medyanın itibarını azaltmaktadır. Bunlar ticari açıdan kısa vadeli ve sakıncalı kararlardır. Kamu, kaliteli medyaya güvenini kaybederse, medyayı takip etmeyi bırakacaktır. Uzun vadede, haber sürecinde kaliteyi düşürmek ticari ve profesyonel açıdan intihardır (White, 2008, s. 12). Bu tür kısa vadeli ve ticari kararlar tek tek medya kuruluşlarından öte, gazetecilik kurumunun tamamına zarar vermekte ve gazeteci kimliğini aşındırmaktadır.

Özellikle “medya, halkla ilişkiler ve reklam endüstrilerinin” güç ve etki alanları zirve yapmış durumdadır. “Toplumsal denetim aracına dönüşmüş” bu endüstriler “ekonomik ve ideolojik yeni sansürlere” sebep olmaktadır. Bu durum gazetecilik “etkinliklerinin etik değerlendirmelerinin” yeniden yapılmasını gerekli kılmaktadır. Çünkü “medya alanıyla ilgili meslek gruplarına” duyulan güven gittikçe azalmaktadır (Uzun, 2011, s. 16). Gazeteciler, Türk toplumunun yaklaşık %70’inin gözünde olumsuz bir görünüm çizmektedir: ‘güvenilmez, çıkarıcı ve taraflı’ olarak tarif edilmektedir. Bir yandan bu tür ampirik bulgular, bir yandan da toplumun bilgi ve görüş sahibi olmasında medyanın rolünü büyük ölçüde belirleyici bulan kurumsal çalışmalar dikkate alındığında, medya kuruluşlarının ve medya ürünlerinin sorgulanması kaçınılmaz olmaktadır (Eraslan Yayınoglu, 2013, s. 11).

Gazetecilere duyulan güvensizlik, aynı zamanda demokrasilerin de sorunudur. Gazete tirajları da bu güvensizliği ortaya koymaktadır. Haberciliğe yönelik güven kaybı sadece sıradan insanlara ait bir duygu değildir. Siyasilerden, iş adamlarına ve bürokrasiye kadar

toplumun bütün kesimleri, yapılan haberlerin doğruluğunu sorgulamakta ve davalar açmaktadırlar (Yılmaz, 2015, s. 207). Medyanın karşılaştığı zorluk; kaliteli içeriklerin üretilebileceği bir ortamın sağlanması ve kamuoyunda kaybedilen güveni geri kazanmak için sivil toplumla diyalog ve bağlantıların tesis edilmesi noktasındadır. Doğru haber alma konusunda insanlar, gazetelerine ve yayıncılarına güvenmediği takdirde, haber almak için başka kaynaklara yöneleceklerdir (White, 2008, s. 138).

Gelinen noktada haberleri, sadece gazeteciler ve resmi haber kuruluşları tarafından üretilen içerik olarak tanımlamaktan kaçınmak gerekmektedir. Bilgi medyasının siyasi rolü üzerinde düşünürken değişen habercilik dünyasının ötesinde sorular gündeme gelmektedir. Medya, bireysel veya toplu karar vermeye yardımcı olacak bilgi türlerini sağlamakta mıdır? Medya bize yeterince bilgi vermekte midir? Medyanın sağladığı bilgilere güveniyor muyuz? Yapılan araştırmalar geleneksel medyaya kamuoyunun güven seviyesinin oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan, bugün siyasi bilgi sistemimizi etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu durum birçok araştırmacının, gazeteciliği kurtarma veya yeniden keşfetme girişiminin önemli nedenlerindendir (Bennett, 2016, s. 4). Gündeme gelen bu sorular ve sorunlar, gazetecilik kurumuyla ilgili toplumsal beklentileri yansıtmaktadır. Dünya genelinde gazeteciliğin olumsuz algılandığını ve güvenilmediğini söylemek mümkündür. Bu durum ise gazeteciliğin sosyal sermayeyi destekleyici temeller üzerinde gerçekleştirilmesini imkânsız hale getirmektedir. Güvensizlik ortamı, gazeteci aktörlerin toplumdan kopuk, belirli ve sınırlı kaynaklara ve ilişkilere bağımlı bir şekilde habercilik yaptıklarının göstergesi durumundadır.

2.2.2. Gazetecilikte İletişim Ağları

Gazetecilik ve sosyal sermaye ilişkisinin ele alınmasında, sosyal sermayenin bir diğer alt boyutu olan iletişim ağları önemli bir yer tutmaktadır. Bir önceki başlık altında belirtilen gazeteciliğe duyulan toplumsal güvenin zayıf olduğu tespiti dikkate alındığında, gazetecilik kurumunun olması gerekenin tam aksine toplumsal iletişim açısından oldukça zayıflatılmış bir noktada olduğu anlaşılmaktadır. Oysaki gazeteciliğin toplumsal önemi kadar, mesleği sürdürmenin birtakım zorlukları da bulunmaktadır. Bu zorlukları aşmak için ise habercilik mesleğini sürdürenlerin bazı

özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özelliklerin başında ise güçlü iletişim ve ilişki ağı gelmektedir.

Haberci için güvenilirlik, mesleki açıdan hayati bir önem taşımaktadır. Çünkü “iyi haber kaynaklarının güvenini kazanarak haber almanın karşılığı da fazladır.” Güvenilir olmak, bu tür kaynaklarla ilişki kurabilmenin ön koşuludur. Ayrıca “haberci için haber aldığı kaynaklar ne kadar üst düzeydeyse, haber değeri o kadar yüksek enformasyon sağlayabilir.” (Tokgöz, 2008, s. 197, 236). İfade edilen durum, gazetecilerin güvenilir bir imaja sahip olmaları gerektiğini bir kez daha vurgulamaktadır. Güvenilirlik, güçlü bir iletişim ve ilişki ağı oluşturmaın ön koşuludur. Sosyal ilişkiler olarak somutlaşan sosyal sermayenin de güvene bağlı olduğu düşünüldüğünde, gazetecilerin sosyal sermayeye bağımlı oldukları vurgulanmalıdır.

Ayrıca habercilik mesleğinde ilerlemek isteyenlerin “dışa dönük” yapıda olmaları gerekir. Sürekli olarak “insanlarla tanışıp konuşma”, haberciliğin en önemli parçalarındandır. “Atlatma haberler..., özel haber olarak gazetelerde yayınlanmadan önce; çok daha fazla araştırma ve inceleme, olayın tüm gizlisini saklısını ortaya çıkarma ve genellikle de şirketlerin, kişilerin veya organizasyonların kapısını aşındırmayı gerektirmektedir” (Browne, 2001, s. 14,109). Dolayısıyla gazetecilik mesleği, sosyal sermaye açısından güçlü olabilmek için ‘dışa dönük’, sosyal, aktif bir birey olmayı gerektirmektedir. Bunlar olmaksızın güvenilir kaynaklarla iletişim ağı oluşturmak güçleşmektedir. Çünkü muhabirler, haberle ilgili kaynaklardan bilgi alma konusunda sıklıkla zorluk yaşamaktadır. İnsanların istemedikleri zamanlarda bile sizinle konuşmalarını sağlamayı öğrenmek bir yetenektir (White T. , 2005, s. 155). Bunun için kaynaklarla güvene dayalı, uzun süreli ve kalıcı ilişkiler geliştirmek gerekmektedir.

Habercilik, farklı toplumsal ve kültürel geçmişe sahip kesimlerden insanlara açık ve demokratik bir meslektir. Aynı zamanda güvenilir ve kaliteli habercilik, profesyonel ve sosyal bir ortamda çalışan yetkin ve yetenekli kişilere ihtiyaç duymaktadır (White A. , 2008, s. 136). Bilindiği gibi gazetecilikte “saygın kuruluşlar, halkla ilişkiler uzmanları, kendi tanıdık ve arkadaşlarınız” gibi birçok kaynaktan sürekli olarak bilgi akışı (Browne, 2001, s. 17) söz konusudur. Ancak bunun avantajlarının daha çok tecrübeli isimler tarafından yaşanacağı göz ardı edilmemelidir. Alanda uzun yıllar çalışmak, güvenilirliğin ve iletişim ağlarının genişlemesini sağlamaktadır.

En önemli gazetecilik faaliyeti olan sahada haber toplayabilmek için habercinin geniş güçlü ve güvene dayalı ilişki ve iletişim ağına gereksinimi vardır. Habercinin bir olayla ilgili olarak pek çok kesimle görüşmesi gerekir. “Haberciler, sık sık bu yönden hükümette, iş dünyasında kilit noktalarda oturanlarla konuşmak durumundadırlar.” Yetkili kişilerden güvenilir bilgi almak, habercilik mesleğinin sorumluluklarındandır (Tokgöz, 2008, s. 232-233). Ancak daha önce de belirtildiği gibi gazeteciliğin toplumsal rollerini yerine getirebilmesi için, sınırlı kaynaklara dayanmak yerine, toplumun tüm taraflarının bakış açılarına dayanması gerekmektedir. Bu durumda sadece “söylem seçkinleri” olarak ifade edilen zümreyle sınırlı kalmayan ve geniş toplumsal kesimlerin fikirlerini yansıtan bir anlayış benimsenmeli ve iletişim ağları bu çevrelere doğru genişletilmelidir.

2.2.3. Gazetecilikte Normlar

Normlar, aktörlerin toplumsal yaşamda birlikte hareket etmelerini sağlayan, kolektif eylemi kolaylaştıran ve genellikle yazılı olmayan kuralları ima eden anlam sistemleri olarak ele alınmaktadır. Bu yönüyle normların, sosyal sermaye olarak ifade edilen toplumsal ilişkilerin oluşmasına zemin hazırlayan bir unsur olarak değerlendirildiği ilk bölümde vurgulanmıştı. Dolayısıyla “bir toplumda bireylerin belirli yer, zaman ve olaylar karşısında nasıl düşünmeleri ve davranmaları gerektiğini belirleyen ve hatta öyle davranmaya zorlayan kuralların sosyal norm” şeklinde adlandırılabilceğini belirten Karagül (2012, s. 93-94), bu kurallar bütünü yazılı (kanunlar, tüzükler, yönetmelikler vb.) ve yazılı olmayan (örf, adet, görenek, din kuralları) kurallar şeklinde ele alınabileceğini belirtmektedir. Bu bakımdan gazetecilik alanı normlar çerçevesinden değerlendirildiğinde hukuki ve etik düzenlemelerin yazılı normlar olarak anlaşılabilceği görülmektedir. Diğer taraftan toplumda yerleşik durumda olan yazılı olmayan normların da gazetecilik alanını düzenlemesi söz konusudur. Normlar, toplumda paylaşılan ortak değerler olarak anlaşıldığında, gazetecilik kurumunun ve gazeteci aktörlerin bu ortak değerler çerçevesinde hareket etmesi sosyal sermayeyi güçlendiren bir unsurdur. Bu noktada gazeteciliğin mesleki açıdan, sosyal sermayenin alt boyutu olan ‘normlar’ ile olan ilişkisi ele almak açısından Yılmaz (2015, s. 16-17)’ın aşağıdaki tespiti önem kazanmaktadır:

“Meslekler mensupları için fedakârca davranışlar eklerler. Başka bir deyimle bir mesleğin mensuplarının amacı birinci olarak kendilerine ihtiyaç duyanlara hizmet etmektir. Bir meslekte ‘bütün meslek üyelerinin yer aldığı organize bir meslek örgütünün varlığı’ gereklidir. Bu meslek örgütü özerk olmalı ve mesleki uygulamalar için kabul edilebilir standartlar geliştirme gibi sorumlulukları tartışmalıdır. Son olarak meslekler toplumda çok özel bir ilişki içindedirler. Bu özel ilişki, belirli meslek sahiplerine bazı güç ve ayrıcalıklar verir. Toplum bazı meslekler için ek imkânlar da sunar. Bir mesleğin toplumun sağladığı avantajlarla, toplumun o meslekten sağladığı avantajlar, bir meslek ile toplum arasında bir tür sosyal sözleşmenin varlığına işaret etmektedir. Bu sözleşme belli bir meslek ile toplum arasındaki ilişkilerde ahlaki bir altyapı oluşturmaktadır.”

Dolayısıyla yukarıdaki ifadeler gazeteciliği bir meslek olarak ifade etmemizi mümkün hale getirmektedir. Gazetecilik, kendisine ihtiyaç duyan halka hizmet eden, bir mesleki örgütlenmesi bulunan, kabul edilebilir standartları bulunan bir meslektir. Ayrıca gazetecilik toplumla çok özel bir ilişki içerisindedir ve toplum gazetecilik yapanlara ‘kamu adına denetleme’ gibi bazı güç ve ayrıcalıklar vermektedir. Toplum ile gazetecilik kurumu arasındaki karşılıklı bağımlılık, iki taraf arasındaki ‘toplumsal sözleşmenin’ zemini olmakta ve ilişkileri düzenleyen ahlaki bir altyapı meydana gelmektedir.

Ancak daha önceki tartışmalar da göz önünde bulundurulduğunda gazetecilik alanındaki etik sorunlar tekrar gündeme gelmektedir. Gazetecilik alanındaki doğru davranış kurallarını düzenleyen etik ilkeler üzerinde, toplumsal normlar oldukça belirleyici bir konumdadır. Buna karşın gazeteciliğin etik sorunlarla boğuşması, daha önce vurgulandığı gibi bir güven bunalımı yaratmakta ve sosyal sermayeyi aşındırmaktadır.

“Genel olarak medya, özel olarak da habercilik denildiğinde ortaya çıkan ilk tartışma ‘mesleki etik’ üzerinedir. Medyanın mesleki etik sorunu üzerine yazılmış eserlerin bugün özellikle odaklandığı argüman, etik sorununun medya mensubunun bireysel performansı mı çözümlenebileceği, yoksa tüm bunların dışında bir yerde mi bulunabileceği sorusudur” (Eraslan Yayınoglu, 2013, s. 17).

Aslında etik davranış sadece gazetecilerin sorumluluğu değildir. Yönetim kademelerinden en alt düzey çalışanlara kadar bir medya kuruluşunda çalışan herkes, çalışmalarının değeri ve ürünün kalitesi açısından ekonomik olduğu kadar etik davranış da sergilemelidir (White, 2008, s. 8). Bu durumun aksine, habercilikte etik sorunlar üzerine tartışmalar artarak devam etmektedir. Etik ilkeler, bir mesleğin standartlarını ortaya koyan prensiplerdir. Habercilik, meslek birlikleri tarafından ortaya konulan etik ilkeler, aslında diğer toplumsal alanlara ilişkileri düzenler nitelikte ve mesleğin bir konudaki uzmanlık bilgisini elinde tutan güç (Herdman, 2012, s. 4, 5, 6) olduğunu diğer

toplumsal alanlara deklare eden belgelerdir. Ancak etik ilkeler açısından olması gereken ile mevcut durum arasında ciddi farklılıklar söz konusudur.

Etik kodlar açısından haberci; “basın ahlak yasasına uyar”, mesleğini kişisel çıkarlar için kullanmaz, kamusal faydaya aykırı hareket etmez. Kişilik haklarına aykırı yayın yapmaz, özel hayat ve mahremiyete saygılıdır (Özbay, 2007, s. 4). Buna karşın her gün etik dışı haber ve habercilik tartışmaları yaşanmaktadır.

Etik sorunlar, aslında habercilikteki diğer sorun alanlarıyla bağlantılı ve içlerine gömülüdür. Örneğin; medyanın ticarileşmesi, magazinleşmeye neden olmakta, magazinleşme ise etik konusunun sıklıkla göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Habercilerin etik meseleleri ciddiye alıp almadığı sorusunun gülünç bulunduğunu ifade eden Hargreaves (2006, s. 146), “bulvar gazetelerinden çalışan biri için etiğin önemsiz bir konu” olduğunu belirtmektedir. Bu durum özellikle kişilik hakları ve mahremiyet konusunda sorunlara neden olmaktadır.

Çevrimiçi habercilik de pek çok etik sorun ve paradoksu beraberinde getirmektedir. Hem daha fazla bilgiye erişimi arttırırlarken, diğer taraftan da daha büyük yanlış anlaşılmalara sebep olmaktadır. Bunun temel sebebi çevrimiçi haberciliğin üretim ve tüketiminin küresel çapta farklı dil, kültür ve değerlere hitap etmesidir. İnsanların gündelik yaşamlarını ve ‘uzaktaki ötekiler’ hakkındaki algılamalarını tahmin edilemez biçimde etkileyen çevrimiçi habercilik (Beckett ve Mansell, 2008, s. 93), etik tartışmaların daha ciddi bir şekilde gündeme gelmesine sebep olmaktadır.

Meslek etiği, gazetecilerin doğru davranış kurallarını belirlerken, haberciliğin uzman ve bağımsız bir noktada konumlandırmasının en önemli araçlarından biridir. Ancak bu alanın dışına çıkan davranışların görülmesi, sıklıkla habercilerin içinde bulundukları toplumun farklı alanlarının müdahalelerinden kaynaklanmaktadır. Özellikle ekonomik nedenlerin sebep olduğu sorunlar, etik alanın dışına çıkılmasında belirleyici unsur olmaktadır.

Aslında gazetecilikle ilgili sorunlar, “toplumun gerçeklikleriyle ilişki kuramayan, kavrayışsız, düşünsel sorumluluk taşımayan loncalar ve haber uzmanları özel bir çıkar grubunu desteklediğinde ve ellerindeki gücü iktidarın hizmetine verdiğinde ortaya çıkmaktadır” (Said, 2008, s. 243). Oysa etik standart ve kodlar, haberciliğe halkın güvenini sağlamanın en önemli yoludur. Medya, etik davrandığında ve habercilik

faaliyetlerinin izlenmesi, hataların kabul edilmesi ve bu hataların halka açıklanmasını sağlayacak sistemlere sahip olduğunda, halkın sadakat ve bağlılığını kazanacaktır (White, 2008, s. 138). Halkın güvenini, sadakat ve bağlılığını kazanan gazetecilik kurumunun ise bir yandan pek çok iç sorununu öz kaynaklarıyla çözmesi mümkün hale gelecek, diğer yandan ona yüklenen tarihsel-toplumsal sorumluluklarını yerine getirecek mekanizmaları oluşturması söz konusu olacak ve toplumun hizmetine girecektir.

2.3. Gazetecilik Yönelimleri ve Sosyal Sermaye

Önceki başlıklarda sosyal sermaye yaklaşımının gazetecilik alanındaki kuramsal çerçeve açısından değerlendirilmesine yer verilmiş ve gazetecilik sosyal sermayenin temel unsurları üzerinden yorumlanmıştır. Genel olarak gerek teorik düzeyde gerekse çeşitli araştırma gelenekleri açısından gazetecilik pratikleriyle sosyal sermaye arasında sorunlu ya da olumsuz bir ilişkinin söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda gazetecilik alanında söz konusu olan sorunların, bu duruma neden olduğu görülmektedir. Başta medyanın ticarileşmesi, sansasyonelleşme, magazinleşme olmak üzere medya alanında yaşanan sorunlar, medya içerikleri üzerinde belirleyici olmakta, gazetecilik kurumunun toplumsal görevlerini yerine getirmesine engel olmaktadır. Dolayısıyla medyanın yapı ve örgütlenmesinin doğasının, sosyal sermayeyi inşa edip edemeyeceği veya ona zarar verip vermeyeceği sorusu (Wallack, 2000, s. 342) önceki kısımda yanıt bulurken, mevcut durumun nasıl düzeltilebileceği sorusu gündeme gelmektedir. Bu çözüm arayışları, alternatif gazetecilik yönelimlerinin ve sosyal sermayeyle ilişkisinin incelenmesini gerekli kılmaktadır.

Diğer yandan, enformasyon akışındaki dengesizliklere ve manipülasyonlara dikkat çeken Schiller (1993, s. 296), “toplumda ‘bilgi işçileri’nin sayısının giderek arttığını” ve “eğitim düzeyi yüksek olan bu grubun sistemin amaçlarını ve bugünkü işleyiş tarzını hararetle tenkit” ettiğini belirtmektedir. Gazeteciler de ‘bilgi işçileri’ olarak değerlendirilebileceğine göre, gazetecilik kurumu mevcut sistemin işleyiş tarzını eleştirmeye olanak sağlayan en önemli araç olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak geleneksel gazetecilik, medyanın ticari yapısı içerisinde eleştiri vasfından oldukça uzaklaşmış bir durumdadır.

Bu durumu gündeme alan ve mevcut sorunlardan doğan bazı ‘yeni’ gazetecilik yönelimleri söz konusudur. Özellikle anaakım medyanın durumu göz önüne alındığında

bir takım yeni adlandırmaların söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. ‘Alternatif medya’, ‘alternatif gazetecilik’, ‘toplum yanlısı gazetecilik’, ‘kamusal gazetecilik’, ‘vatandaş gazeteciliği’ gibi adlandırmalarla ortaya konulan bu yönelimler, aslında gazetecilik kurumunun zaten yapması gereken ya da tarihsel olarak üstlenmesi gereken sorumlulukları yerine getirememesi nedeniyle ortaya çıkmıştır. Bu yönelimlerin sosyal sermaye açısından oldukça önemli bir rolü bulunmaktadır. Sunulan yaklaşımların amacı genel olarak, insanların sorunlarını tartışması, çözümlere ilişkin öneriler sunması, sosyal veya politik değişime yol açan süreçlere katılımlarının sağlanması yoluyla çevrelerini iyileştirme sürecine katmaktır. Bu açıdan insanları yalnızca bireye değil tüm topluma yarar sağlayan çözümlere yönlendirmeleri (Wallack, 2000, s. 358) temel ilke olarak ortaya çıkmaktadır.

Vatandaşların düşüncelerini görmezden gelmenin sakıncalarına dikkat çeken Türkoğlu (2015, s. 139-140), “yurttaşların kitleselleşmiş kısıtlı medya kaynağı ve dayanışmadan yoksun göz boyayıcı gösterilere bağımlılık yerine, yeni medyada üretici katılıma erişemediği sürece daha iyi bir iletişim ortamının” mümkün olamayacağına dikkat çekmektedir. Dolayısıyla sosyal sermaye yaklaşımı, alternatif gazetecilik bakış açısının egemen kılınabilmesi açısından son derece değerli bir perspektif sunmaktadır. Sosyal sermaye gazetecilik açısından; aktif yurttaşlık, duyarlı bir toplum, canlı bir kamusal alan, sosyal dayanışma oluşturulmasını sağlamanın hem nedeni hem de sonucudur. Alternatif gazetecilik anlayışı, vatandaşların sorunlarını gündeme alarak sadece kamusal görevini yerine getirmez. Bu gazetecilik anlayışı, bazı pozitif dışsallıkları da beraberinde getirmektedir. Örneğin, sıradan vatandaşların sorunlarını gündeme alarak, birey-toplum bütünleşmesine yardımcı olmaktadır. Bireylerin kendilerini toplumun bir parçası olarak güvende hissetmelerini sağlamaktadır. Alternatif gazetecilik anlayışları, birbirini tanımayan vatandaşların birbirlerinden haberdar olmalarını sağlayan iletişim ağları olarak toplumsal yapıda yer almakta, böylelikle sosyal örgütlenme ve yardımlaşmaya katkıda bulunmaktadır.

Bu pozitif dışsallıkların sayısını arttırmak mümkündür. Bu bağlamda alternatif gazetecilik faaliyetleri faydalı olduğu kadar, sınırlıdır. Medya alanındaki ticari mantığın, bu durumun en önemli sebebi olarak gösterildiği bilinmektedir. Bu bakımdan bazı çözüm arayışları söz konusudur. Örneğin “gazete sahipliğinin önemini idrak eden uygar ülkelerde, bazı yayın organları vakıflar aracılığıyla yönetilmektedir. Bu sayede

sermayenin veya bir kişinin baskısı ortadan kaldırılmakta, gazetenin toplum adına çıkarılması sağlanmaktadır” (Demirkent, 1995, s. 21). Böyle bir yaklaşımın, medyanın mevcut sorunlarının çözümünde ve alternatif gazetecilik anlayışlarının yaygın hale getirilmesi çabaları içerisinde tekrar gündeme getirilmesi ve gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Diğer taraftan yerel medyanın, gazeteciliğin mevcut sorunlarını aşmada önemli bir potansiyel teşkil ettiği, literatürde sıklıkla belirtilmekte, sıklıkla “yerelin güçlendirilmesi” bir çözüm önerisi olarak sunulmaktadır. Bu bağlamda yerel gazetecilik bulunduğu sınırlı bölgedeki insanlarla yakından ilişkili olması bakımından doğrudan sosyal sermaye konusunun gündeminde bulunmaktadır.

Ayrıca yeni teknolojik gelişmelerin ışığında gazetecilik de artık online gazetecilik, internet gazeteciliği gibi yönelimlere girmiştir. Bu anlamda online gazetecilik vurgusu, sosyal sermayenin oluşturulması ve geliştirilmesi açısından alternatif gazeteciliğe önemli bir araç sunmaktadır.

Dolayısıyla ifade edilen yeni gazetecilik yönelimleri (kamusal gazetecilik ve yurttaş gazeteciliği), yerel gazetecilik, online gazetecilik ve sosyal sermaye ilişkisi ayrı başlıklar altında incelenecektir.

2.3.1. İnternet Gazeteciliği ve Sosyal Sermaye

Enformasyon toplumunda, gazetecileri Castelles (2000)’in “enformasyon işçisi” olarak ifade ettiği biçimde düşünürsek, bu enformasyon işçilerinin “bilgi işleme yöntemlerini” kullanma konusunda uzman olduklarını ifade etmek gerekmektedir. Bilginin ve söylemin en kuvvetli araç olduğu enformasyonun dünyasında, Castelles’in enformasyon işçileri son derece merkezi bir konumdadır. Dolayısıyla “enformasyon akışının düzenlenmesi yönünden devam eden bir mücadele gazetecilik alanı içinde söz konusudur (Tokgöz, 2008, s. 60). Bu mücadelenin internet teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanılmaya başlanmasıyla çok daha güçlendiğini söylemek mümkün hale gelmiştir.

İnternetin sunduğu olanaklar ve sosyal sermaye ilişkisi, gittikçe artan biçimde çeşitli çalışmaların konusu olmaktadır. Wellman, Haase, Witte ve diğerleri (2001, s. 450-451) internet kullanımının, sosyal sermayenin formları olarak gördükleri ağ sermayesi

(network capital) ve katılımcı sermaye (participatory capital) açısından olumlu katkısının söz konusu olduğunu belirtmektedir. Bu katkı, internet gazeteciliğine doğru genişletilirse, gazetecilik aktörlerinin yukarıda belirtilen “mücadelede” internetin sunduğu sosyal sermaye olanaklarını, meslekleri açısından gittikçe artan ölçüde kullanmak zorunda oldukları söylenebilir.

Çevrimiçi habercilik olarak da ifade edilen internet gazeteciliğiyle karar verme mekanizmalarının bireyselleşmesi, hiyerarşik olmayan yapıların artmasını desteklediği kadar heterojenlik ve çeşitliliğe yol açmaktadır. Bu durum, daha merkezi, homojen ve daha az çoğulcu olma eğiliminde olan geleneksel habercilik ile çatışma halindedir. Bu çatışmanın etkisi, haber medyası ve okurlar için oldukça derindir (Beckett ve Mansell, 2008, s. 94). Daha önce de belirtildiği gibi gazeteciliğin karşılaştığı sorunlar nedeniyle karşı karşıya kaldığı kriz, alternatif gazetecilik düşüncesini ortaya çıkartmıştır. Bu noktada internet teknolojisi, sıradan vatandaşları dahi haber üretim süreçlerine dâhil ederek gazetecilik pratiklerinde dönüşüme neden olmaktadır.

Ayrıca medya kuruluşlarının karşılaştığı zorlu rekabet baskısı göz önüne alındığında, habercilik kalitesi ve karlılık arasındaki çatışmaya kolay bir çözüm bulmak zor görünmektedir. Ancak dijital yayıncılığa geçilen bu kritik dönem, yayıncıların kamu yararına olan yükümlülüklerini tekrar gözden geçirme ve yeni medya pazarında ciddi habercilik için bir alan sağlama yollarını keşfetme fırsatı sağlamaktadır (Gorney, 2002, s. 57). Bu bağlamda çevrimiçi ortam, medya kuruluşlarına da önemli potansiyeller sunmakta ve ana akım medyanın da bu yeni teknolojileri yoğun biçimde kullandığı görülmektedir.

Aslında haber medyası büyük değişimler yaşamaktadır. Geleneksel haber medyası, üretim sürecinde kalıplaşmış üretim yapılarını kullanmaktadır. Büyük medya kuruluşlarının reklam gelirleri ve abonelik sistemlerine karşın üretim maliyetleri son derece pahalı olmaya devam etmektedir. Diğer taraftan çevrimiçi habercilik (networked journalism) faaliyetleri giderek daha fazla yaygınlaşmaktadır. Çevrimiçi habercilik günün her saati hizmet sunmaya devam etmekte, ayrıca okurlarla etkileşim imkânı sunmaktadır. Ayrıca geleneksel medyaya göre maliyetleri çok daha ucuzdur ve geleneksel haber medyasının içeriklerinden de beslenirler (Beckett ve Mansell, 2008, s. 93).

Bu noktada ağı bağı gazetecilik (networked journalism) vurgusu da internet gazeteciliği bağlamında ön plana çıkan bir kavramsallaştırma. Bu vurgu bilgiyi kaydetmek, paylaşmak ve dağıtmak için yayılmış bir kapasiteye atıfta bulunmaktadır. Bilgi ve iletişimin internet üzerinde organize edildiği bir dünyada, izole halde, tek başına, bir haber odasında, masasında çalışan ya da bir suç mahallinden veya bir felaketten haber yapan bir gazeteci tasviri eskide kalmıştır. Her gazeteci, bilgi toplamak, işlemek ve dağıtmak için işlev gören bir ağdaki noktalardan biri haline gelmiştir (Beckett ve Mansell, 2008). Bu yeni kavramsallaştırmanın konusu olan ağı bağı gazeteci, yeni bir profesyonel figür olarak ortaya çıkmıştır. Mesleğin rolü, gerek yeni olaylar hakkında bilgi toplama gerekse bu bilginin anlamlandırılmasında önem taşımaktadır. Haber ve yorum yazarlığı gerektirmektedir. Ancak bu faaliyetler çevrimiçi ağı üzerinden kullanılan kaynak, yorum ve geri bildirimlere bağı olarak gerçekleştirilmektedir. Gazetecilik pratiğinin günümüzdeki ürünü genellikle, profesyonellerin ve vatandaşların iş birliği içinde olduğu, aktarılacak hikâyenin doğrulandığı, düzeltildiği ve nihayetinde süzgeçten geçirildiği ağı kapsamaktadır (Van Der Haak; Parks; Castells, 2012, s. 2927).

Dolayısıyla haberciliğin günümüzde geldiği nokta, çevrimiçi gazetecilik üzerinde tartışmaların yoğunlaşmasına sebep olmaktadır. Meslek sosyolojisiyle ilgilenen çeşitli çalışmalar, çevrimiçi haberciliğin, geleneksel gazeteciliğin iddialarını karşılayıp karşılamadığını ve profesyonel bir meslek olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini araştırmıştır. Geline nokta haberciliğin yaşadığı güç kaybını önlemek için, çevrimiçi gazeteciliğin geleneksel habercilik bünyesine alınması ve mesleki norm ve standartlara tabi olması, mesleğin toplumsal konumunu güçlendirecektir (Siapera ve Spyridou , 2012 , s. 77-78). Dolayısıyla çevrimiçi ortamın sunduğu olanakların, gazeteciliğin içinde bulunduğu krizin fırsata dönüştürülmesi açısından göz ardı edilmemesi gerekmektedir. İnternet teknolojileri ucuz maliyet ve etkileşim gibi özellikleriyle, toplum yararına gazetecilik yapma, sivil katılımı artırma gibi olanaklar sunmaktadır.

Böyle bir gazetecilik anlayışının, faaliyet gösterilen bölgede sosyal sermayeyi de besleyeceği çeşitli araştırmalarda vurgulanmaktadır. Örneğin, hiper-yerel medya (hyperlocal websites) üzerinde yaptıkları çalışmada Metzgar, Kurpius ve Rowley (2011, s. 1), bu organizasyonların her geçen gün daha da geliştikleri sonucuna ulaşmıştır. Bu

organizasyonlar geliştikçe hem interaktif medya yoluyla toplumsal katılımın vitrini durumuna gelmekte, hem de kamusal faydayı merkeze alan gazetecilik pratiklerini arttırmaktadır.

Diğer yandan Washburn ve Raynauld (2016, s. 230), Kanda'da toplum yanlısı gazetecilik yapan kuruluşların çoğunun, ayrıca bir internet sitesine sahip olduğunu vurgulamaktadır. Ancak bu sitelerin büyük çoğunluğunun yayınları, reklamcılık için ciddi bir kitle ve holdinglerin karlılık talepleri doğrultusunda daha geniş bir coğrafyaya hitap etme eğilimindedir. Bu durum ise haber medyasının hizmet ettiği topluluğun, kültürel ve sosyal kimliğini yansıtmaya rolünün azalmasına neden olmaktadır.

Ayrıca Wallack (2000, s. 356-357), detaylı ve kişiselleştirilmiş bilgi için olduğu kadar, sosyal destek için de insanları internete yönlendirebilecek kitle iletişim kampanyalarının potansiyeline vurgu yapmaktadır. İnterneti kullanan toplum yanlısı gazetecilik projeleri, insanların sosyal katılım sağlamalarını kolaylaştıracaktır. İnternet, geçmişte kolayca ulaşılamayan politika bilgilerine hızlı ve kolay erişimin yanı sıra dünyanın diğer yerlerindeki meslektaşların uzmanlık bilgileri ve stratejik yardımlarını kolay ve hızlı bir şekilde yapabilmelerini sağlamaktadır. Bu durum, etkili kolektif eylem için gerekli unsurlardan olan kolay, hızlı ve doğrudan iletişimi mümkün kılarak, sosyal sermaye inşasına katkı sağlamaktadır.

İnternet gazeteciliği açısından bir diğer önemli nokta, hiper-yerel medya operasyonlarının odaklandığı topluluk ile olan ilişkileri konusundadır. Yani ilgili operasyonların yerel bir topluluğa ya da büyük metropollere odaklanan bir yayıncılık yapmasından daha önemlisi, bir toplulukla içiçe-bağlantılı olması ve o topluluk tarafından desteklenmesidir (Metzgar; Kurpius; Rowley, 2011, s. 14). Hizmet ettiği toplum ile güven temelli bağlar oluşturmayan ve ondan beslenemeyen çevrimiçi gazetecilik pratiklerinin toplumun bakış açısını yansıtmaktan uzak olacağı vurgulanmaktadır. Tarihsel olarak birçok köklü gazete, bütünleştirici bir rol oynayarak yerel kimliklerin geliştirilmesi ve sürdürülmesiyle sosyal sermayenin teşvik edilmesinde küçük topluluklara hizmet etmiştir. Şu an Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık gibi pek çok ülkede bazı yerel internet siteleri (hyperlocal sites) bu görevleri sürdürmektedir (Washburn ve Raynauld, 2016, s. 230). Tarihsel olarak Tocqueville tarafından gazeteler ve sivil katılım arasında kurulan ilişkide, geleneksel gazeteler ve

gazetecilik anlayışının yerini önemli ölçüde çevrimiçi habercilik pratiklerine ve internet gazeteciliğine bırakmaya başladığı anlaşılmaktadır.

2.3.2. Vatandaş Gazeteciliği ve Sosyal Sermaye

Habercilik faaliyeti olarak kabul edilip edilemeyeceği tartışmalı olan bir diğer dal, yurttaş gazeteciliğidir. İnternet üzerinden bireylerin ifade olanaklarının artmasına paralel olarak gelişen bu tür, geleneksel gazeteciliğe bir alternatif olarak düşünülse de profesyonel anlamda habercilik ile uğraşanlara kıyasla güvenilirliği tartışmalıdır (Tokgöz, 2008, s. 67). Ayrıca genellikle ana akımdan gelen haberlere yer verilmesi ya da yorumlanması söz konusu olmaktadır.

Bu bağlamda, eğitilmiş ve tecrübeli habercilerin çalışmaları ile vasıfsız amatörlerin sundukları içerikler karşılaştırılmaz. Bu gerçekliği ‘vatandaş haberciliği’ retorikleri değiştiremez. Bu nedenle haberci birlikleri, profesyonel değerlere bağlılığın önemini ısrarla vurgulamaktadır (White, 2008, s. 12). Dolayısıyla yurttaş gazeteciliği vurgusunun, literatürde bazı yönlerden eleştirildiği anlaşılmaktadır.

Vatandaş gazeteciliğinde, geleneksel habercilik anlayışından farklı olarak “güvenilir kaynaklardan bilgi almak zorunlu değildir.” Geleneksel habercilik anlayışında kaynak genellikle “kurumsal kişilikler” iken, yurttaş haberciliği açısından kaynak, kurumsal kişiliklerin hizmet edeceği vatandaşlardır. “Yurttaşın bu kişilerin yapması gereken işlerle ilgili dilekleri” ve şikâyetleri gündeme getirilmektedir (Özer, 2012, s. 29). Bu yönüyle vatandaş gazeteciliği, yurttaşları merkeze alan yapısıyla sosyal sermayeye katkıda bulunmaktadır.

Wallack (2000, s. 347), sosyal sermaye oluşturmaya yönelik üç temel medya yaklaşımı sunarken, bunların başında yurttaş gazeteciliği (citizen journalism) olarak ifade edilen gazetecilik yöneliminin bulunduğunu belirtmektedir. Bu noktada vatandaş gazeteciliği pratikleri, resmi kaynaklardan ziyade, olayın muhatabı olan vatandaşların bakış açılarını sunmakta, konuyla yakından ilgili olan toplulukların görüşlerine yer vermektedir. Ayrıca vatandaşları da kamuoyu oluşum sürecine dahil ederek aktif hale getirme amacı taşımaktadır.

Yurttaş ya da vatandaş gazeteciliği konusundaki tanım kargaşasına dikkat çeken Alemdar ve Uzun (2019, 277,273-274), yurttaş gazeteciliğinin 1990’larda ABD’deki

seçimler sırasında tartişmaya açılan, demokrasinin işleyişiyle ilgili sorunlardan kaynaklandığını belirtmektedir. Bu tartişma ve sorunlar, medya örgütlerini “okurlarıyla/izleyicileriyle güvene dayanan ilişkiler kurulması için yeni yollar aramaya yöneltmişlerdir.” Dolayısıyla vatandaş gazeteciliği, “bilinçli ve katılımcı yurttaşlar ortaya çıkarmanın bir yöntemi olarak” değerlendirilmektedir. Vatandaş gazeteciliğinin bu yönüyle değerlendirildiğinde, sivil katılım ve aktif yurttaşlar oluşturmak suretiyle toplulukların sosyal sermayelerine katkıda bulunan önemli bir gazetecilik yönelimi olduğu değerlendirilmektedir.

2.3.3. Yerel Gazetecilik ve Sosyal Sermaye

Yerel gazetecilik, gazetecilik araştırmaları içerisinde sıklıkla üzerinde durulan ve önemsenen bir alandır. Bu bağlamda yerel gazeteciliğin ana akım medyanın hakimiyetine karşılık önemli bir potansiyel sunduğu ve güçlendirilmesi gerektiğinin sıklıkla vurgulandığı bilinmektedir. Bu noktada yerel gazeteciliğin, faaliyet bölgelerinde, sosyal sermayeyi harekete geçirme kabiliyeti bakımından son derece önemli görüldüğü belirtilmelidir. Önemli yerel sorunların medyada kapsamlı şekilde ele alınması, sorunlara çözüm için geliştirilen projelere yurttaşların katılımını arttırmaktadır (Wallack, 2000, s. 349). Dolayısıyla yerel gazetecilik sosyal sermaye açısından üzerinde durulması gereken bir alan olarak ortaya çıkmaktadır.

Haber medyası, sık sık kinizm ve güvensizliği teşvik etmekle suçlanmakta, toplum değerlerini zayıflattığı ve toplumu bir arada tutan "tutkal" olarak nitelenen sosyal sermayenin erozyonuna sebep olduğu eleştirilerine maruz kalmaktadır. Bu tür eleştiriler sıklıkla “medya” kavramının geniş, kurumsal ve ulusal bazda bir kavramlaştırması üzerinden yapılmakta ve nadiren bölgesel ve kırsal alanlardaki medya kuruluşlarının rolü üzerinde durulmaktadır. Ancak kriz dönemlerinde, medyanın toplumsal gelişmelerle ilgili sunduğu haberler, yerel medyanın oluşturduğu iletişim ortamı, bölgesel sürdürülebilirlik ve sosyal sermaye bağlamındaki rolünü ortaya koymaktadır. Gerek kriz zamanlarında gerekse olağan zamanlarda yerel medya, bölgesel sürdürülebilirliğin ve sosyal sermayenin iletişim ortamını belirlemektedir (Richards; Chia; Bowd, 2011, s. 97).

Diğer yandan, gelişen internet teknolojilerinin yerel medyaya önemli bir fırsat sunduğu üzerinde durulmaktadır. Hiper-yerel medya operasyonlarının (hyperlocal media

operations) sivil katılımın itici gücü olduğunu belirten Metzgar, Kurpius ve Rowley (2011, s. 12), bu teknolojilerin halkın demokratik tartışmalara katılma yeteneğini geliştirdiğine dair pek az şüphe bulunduğunu belirtmektedir. Bu sitelerin sağladığı etkileşim olanakları, mükemmel bir Habermasyan ortam yaratmamış, ancak koşulları daha iyi bir noktaya taşımıştır. Kamunun eylemden ziyade tartışma ortamı olarak karakterize edildiği düşünüldüğünde, bu yeni çevrenin kamunun tartışabildiği ve sivil katılımın sağlandığı bir alan olarak değerlendirilebileceği belirtilmektedir. Bu bağlamda yerel haber siteleri, yetersiz hizmet alan yerel topluluklara haber ve bilgi sağlamak için önemli bir fırsat sunmaktadır. Bazı durumlarda, bu siteler kendi toplulukları için tek gazetecilik kaynağı durumundadır. Bazen de mevcut haber kuruluşlarının tamamlayıcısı veya rakibi konumundadır (Washburn ve Raynauld, 2016, s. 230). Dolayısıyla gelişen internet teknolojilerinin yerel gazetecilik açısından sunduğu olanaklar, yerel gazeteciliği tekrar önemli hale getirerek, güçlenmesinin önünü açmaktadır. Aynı zamanda yerel gazeteciliğin daha toplum merkezli hale gelerek sosyal sermayeyi arttırmasına dönük fırsatlar sunmaktadır. Bu bağlamda yerel gazetecilik ve sosyal sermaye ilişkisi çeşitli araştırmacılar tarafından incelenmiştir.

Örneğin Richards, Chia ve Bowd (2011, s. 103), yerel toplulukların sosyal sermayelerinde, yerel medyanın rolünü araştırdıkları çalışmalarında ortaya çıkan en önemli unsurun “karşılıklılık” olduğunu vurgulamaktadır. Araştırmaya konu olan yerel topluluklar ile yerel medya arasında, oldukça güçlü bir karşılıklılık ilişkisi bulunduğu belirtilmektedir. İlgili topluluk üyeleri, bölgeleriyle ilgili konulardaki haber ve bilgilendirmelerde kendi yerel medyasına güvenirken, ilgili haberler de bölgenin ortak çıkarlarına uygun olacak şekilde sunulmaktadır. Diğer yandan, araştırmanın gerçekleştirildiği bölgelerdeki yerel medya kuruluşları da haber ve bilgi alma konusunda, bölge halkına güvenmekte, bu karşılıklılık ilişkisi sonucunda yayınlanan haberler ana akım medyada yer alanlardan farklılık göstermektedir.

Ayrıca çalışmadan elde edilen diğer bulgular; yerel topluluk üyeleri, farklı medya kuruluşları ve medya kuruluşlarıyla vatandaşlar arasındaki informal ilişkilerin önemine işaret etmektedir. Katılımcıların sıklıkla “bölgede herkesin birbirini tanıdığını” vurguladıklarını belirten araştırmacılar (Richards; Chia; Bowd, 2011, s. 103-104), her gün değilse bile insanların en azından haftada bir kez işyerleri, alışveriş merkezleri, servis kulüpleri, spor kulüpleri ve kilise gruplarında biraraya geldiklerini tespit

etmişlerdir. Sonuç olarak; ilgili medya kuruluşlarında çalışanlar ile medya kuruluşlarının sunduğu haberlerde yer alan aktörler arasındaki sınırların ana akım medyaya göre daha ince ve daha az keskin olduğu belirtilmektedir.

Sosyal sermaye ve yerel medya ilişkisi üzerinde duran bir diğer çalışma Stevens, Alger, Allen ve diğerleri (2006, s. 61) tarafından Minnesota şehrinde gerçekleştirilmiştir. Sivil katılım, klüp ve dernek üyelikleri, seçimlere katılım gibi sosyal sermaye göstergelerinin oldukça yüksek olduğu Minnesota’da, yerel haberlerin ağırlıklı olarak bölge sorunlarıyla ilgili olduğu varsayımı sınanmıştır. Bölgedeki yerel kanalların haberlerine içerik analizi yapan araştırmacılar, haberlerin ağırlıklı olarak seçimlerle ilgili olduğunu ve beklenenin aksine yerel haberlere oldukça az yer verildiği sonucuna varmışlardır. Bu anlamda, sivil ve politik katılımın yüksek kalmasının yerel televizyonların politikayla ilgili haberlere ağırlık vermesinden kaynaklanabileceğini belirtmişlerdir.

Ayrıca Richards (2012, s. 627), yerel gazetecilik ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Yerel toplulukların iletişim ve karşılıklı anlayışlarını geliştirme yoluyla yerel medyanın bölgesel sosyal sermayeye nasıl katkıda bulunduğu üzerinde durmaktadır. Bu araştırmada, yerel medyanın toplumun farklı kesimleri arasındaki iletişimi kolaylaştırarak, sosyal sermayeye katkıda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2.3.4. Kamusal Gazetecilik ve Sosyal Sermaye

Gazetecilik kurumunun, “kamusal alanda çok sesliliği oluşturmak, insanları olan bitenlerden haberdar etmek ve seçim zamanlarında oy vererek kendini yönetecek olan insanları bir şekilde siyasal iktidardan, muhalefetin taleplerinden, diğer toplumsal aktörlerden haberdar etmek” gibi görevleri bulunduğunu belirten Arsan (2013, s. 215), medyanın ekonomi politik yapısının bu sorumlulukların yerine getirilmesine engel olduğunu belirtmektedir. Basınının gücü, pek çok soruna çözüm olarak kullanılmak yerine, “şiddeti ve sansasyonelliği arttırmak ve hâlihazırda zengin olan medya patronlarının cüzdanlarını daha da şişirmek için kullanılmaktadır.” (Hargreaves, 2006, s.11).

Bu nedenle günümüz gazeteci kimliğinde, “kamusal gazetecilik” (public journalism) vurgusu da önemli yer tutar. Gazetecilerin daha fazla gösteri dünyasına kaymasına karşın kamusal gazetecilik, bireylerin sorunlarına daha fazla eğilme gerekliliğine

yapılan bir vurgudur. Çeşitli kesimlerle ve sivil toplumla daha fazla “iş birliği” öneren “kamusal gazetecilik”, yerel basının gücüne de dikkat çekmektedir (Tokgöz, 2008, s. 67). Dolayısıyla kamusal gazetecilik sivil toplumla daha fazla iş birliği önerirken, topluluk içindeki bireyler arasında güven temelli iletişim ve ilişkiler geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle kamusal gazetecilik vurgusu, yerel toplulukların sosyal sermayelerini arttırmada önemli bir araç haline gelmektedir. Çünkü kamusal gazetecilik veya toplum gazeteciliği, sadece yerel halkın bilgi gereksinimlerini karşılamakla kalmaz, aynı zamanda bir topluluğun kimliğini sürdürmesi ve sosyal sermayenin gelişimi açısından da hayatidir (Washburn ve Raynauld, 2016, s. 228).

Bu bağlamda, “okurları/izleyicileriyle bağlarını güçlendirme” girişimlerinde bulunan haber örgütlerinin kamusal gazetecilik uygulamalarına yöneldiğini dile getiren Alemdar ve Uzun (2019, s. 274), “kamusal sorunların çözümünde ve hangi konuların haber değeri olduğuna karar vermede, yurttaşların katılımını vurgulayan bir habercilik pratiği oluşturulmaya başlandığına” dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, haber örgütlerinin “anketler, odak gruplar, topluluklarla yapılan toplantılar gibi yöntemleri” kullandıkları belirtilmektedir.

Temel olarak kamusal ya da sivil gazetecilerin (civic journalists) üstlendiği üç temel etkinlik bulunmaktadır (Wallack, 2000, s. 349):

1. Kapsamlı bir bilgi toplama ve geliştirme süreci bulunmaktadır. Bu bir veya iki muhabirin hikayeye ilgilendiği durumlardan ziyade bir muhabirler takımının konuyu derinlemesine ele aldığı durumu yansıtmaktadır. Yapılan anketler, anket katılımcılarıyla yapılan röportajlar, şehir toplantılarından ve suç verilerinin ayrıntılı analizlerinden elde edilen veriler ışığında, farklı mahalleler için ayrı raporlar üretilebilir.
2. Yaygın olarak görülenden çok daha fazla konuyla ilgili diğer medya çıktılarıyla koordine edilen yorum olması; sorunun görünürlüğünü, meşruluğunu ve aciliyetini arttırmaktadır. Bu durum kamu ve politika gündemini belirlemeye hizmet etmektedir.
3. Bu gazetecilik anlayışında bilgiyi ve toplumun ilgisini eyleme dönüştürmeyi garanti eden yapılar bulunmaktadır. Toplumsal katılımı sağlamak için çeşitli çabalar harcanır ve çeşitli yollarla kolyaştırılır.

Dolayısıyla ister kamusal ister sivil ister toplum yanlısı gazetecilik olarak ifade edilsin, sosyal sermayenin geliştirilmesine yönelik olarak toplumu ve vatandaşları merkeze alan ve toplumun farklı kesimlerinin bakış açılarını ortaya koymaya çalışan, ortaya koyduğu sorunları gündemde tutarak çözüm sürecini hızlandıran, en önemlisi de toplumdaki fertleri çözümün bir parçası olmaya dönük olarak eyleme yönlendiren bir anlayış söz konusudur. Bu gazetecilik anlayışında, “belirli bir topluluğu oluşturan insanlar, ne ile ilgilendiklerini, en önemli sorunlarını ve bunları çözmede medyanın nasıl yardımcı olabileceğini gazetecilere anlatırlar. Profesyonel gazetecilerle yurttaşların bir tür ortak çalışması söz konusudur” (Alemdar ve Uzun, 2019, s. 274). Dolayısıyla kamusal gazetecilik anlayışının bölgedeki sosyal sermayeye olan katkısı kaçınılmaz hale gelmektedir.

Çeşitli araştırmalarda, bu ‘yeni’ gazetecilik anlayışlarıyla sosyal sermaye arasındaki ilişkinin araştırıldığı görülmektedir. Antonieta Mercado (2015) tarafından, Amerika’da bulunan Meksikalı göçmenler üzerine yapılan çalışmada, sosyal sermaye ve toplum yanlısı gazetecilik pratikleri arasında önemli bir bağlantı kurulduğu anlaşılmaktadır. Çalışmada, Alexis de Touqueville’nin medya çıktıları ile sivil katılım arasında kurduğu önemli ilişkiyi destekleyen bulgular söz konusudur. El Tequio isimli bir yayına içerik analizi uygulayan Mercado, bu tür yayınların sadece marjinalize edilmiş topluluklar arasındaki iletişimi sağlamakla kalmadığı, aynı zamanda global seslerin uluslararası diyaloğunu da sağladığını dile getirmektedir. Yapılan analiz, bu tür sınırlar ötesi iletişim uygulamalarının bağlayıcı ve köprü kuran sosyal sermayeye katkı sağladığını, göçmenlerin kullandığı bu ağlar aracılığıyla iletişimsel eyleme geçtiklerini, kamusal alanlarda marjinalleştirilmiş azınlıkların topluluğa katılımının sağlandığını göstermektedir.

Yine Wallack (2000, s. 350) tarafından, diğer bazı kamusal gazetecilik projeleri ve bu projelerin sosyal sermaye açısından taşıdığı öneme dikkat çekilmektedir. Sivil gazetecilik örnekleri olarak farklı şehirlerde gerçekleşen projeler örnek gösterilmektedir. *Taking Back Our Neighborhoods* başlıklı proje, Charlotte, North Carolina’nın bazı bölümlerinde suç ve şiddetin azaltılmasını amaçlamaktadır. *We the People* adlı proje Madison, Wisconsin’de arazi kullanım sorunları ve çocuk suçluluğuna odaklanmaktadır. *Voice of the Voter* adlı proje, San Francisco’da belediye başkanlığı seçimlerinde düşük katılımlı gruplar arasındaki oy verme davranışını artırmayı

amaçlamaktadır. New York'taki *Facing Our Future* başlıklı proje ise, ekonomik gerilemeye çözüm bulmada vatandaş katılımını teşvik etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Dolayısıyla kamusal gazetecilik uygulamalarının, sosyal sermayeye olumlu etkilerinin bulunduğunu söylemek mümkün hale gelmektedir. Gerek çeşitli araştırmaların gerekse gerçekleştirilen çeşitli kamusal gazetecilik projelerinin, bu durumu doğruladığı anlaşılmaktadır.

2.4. Kamusal Gazetecilik Ekolojisi ve Sosyal Sermaye

‘Ekoloji’ kavramı, biyoloji alanında ‘çevrebilim’ anlamında kullanılan ve canlıların, diğer canlılarla olan ilişkilerini inceleyen bilim dalını ifade etmek için kullanılmaktadır. Ancak sosyal sermayenin, insanlar arasındaki ilişkileri ele alan bir yaklaşım olduğu dikkate alındığında, gazetecilerin diğer toplumsal alanlar ve aktörlerle olan ilişkilerini vurgulamak açısından ‘gazetecilik ekolojisinden’ bahsetmek mümkün hale gelmektedir.

‘Gazetecilik ekolojisi’ kavramsallaştırması, mesleği sürdüren aktörlerin sosyal sermayelerini besleyen çevrelerini açıklamak amacıyla ileri sürülmüştür. “Medya mensupları, içine doğdukları sosyo-ekonomik ve siyasal ideolojik ortamın ürünüdür. Onlardan etkilenecek ve onların güdümünde” (Sağnak, 1996, s. 389) şekil almaktadırlar. Medyada çalışan gazeteci aktörler, yaşadıkları toplum ile etkileşime girmekte ve onun tarafından şekillendirilmektedir. Toplumsal tabakaların hem üst hem de alt kısımlarında yer alan aktörlerle ilişki ve iletişim kuran gazeteciler, bu çevrelerden akan enformasyon doğrultusunda mesleki pratiklerini gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla, gazeteci aktörlerin sosyal sermaye kaynaklarının oldukça geniş bir alana yayılmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Gazeteciler, yaşadıkları toplumun her kesimiyle güvene dayalı ilişkiler kurarak sosyal sermayeden beslendiği gibi, mesleki uygulamalarıyla toplumun sosyal sermayesine katkıda bulunmalıdır. Bu nedenle gazetecilik ekolojisi kavramı, gazeteci aktörlerin sosyal sermaye edinimlerini açıklamayı elverişli hale getiren bir zemin sunmaktadır.

Ancak “gazeteciler ile izleyiciler arasındaki karşılıklı etkileşim yolları sınırlıdır ve bu yolların gazeteciler tarafından açılmaya yeterince çalışılmadığı” (Alver, 2011, s. 462) dikkate alındığında, gazetecilerin bu uygun zeminden yeterince faydalanmadığı

anlaşılmaktadır. Bu noktada gazetecilik ekolojisinden bahsetmek, gazetecilerin sosyal sermayelerinin beslendiği farklı ‘toplumsal alanlardan’ bahsetmek anlamına gelmektedir. Boudieu’nun kavramsallaştırması hatırlanacak olursa, toplum çeşitli alan ve alt-alanlardan oluşmaktaydı. Gazetecilik de bu toplumsal mikro-kozmoslardan biri olarak değerlendirilmekteydi. Gazeteciliğin toplumsal açıdan ‘stratejik’ bir konumda olduğu düşünülürse, günümüzde oldukça geniş “alanlara” yayıldığı anlaşılmaktadır. Kuşkusuz gazeteciliğin toplumsal açıdan stratejik bir konum olarak değerlendirilmesinin ardında yatan en önemli unsur, en önemli üretim çıktısı olan haberdur. Habere çeşitli yaklaşımlarla politikayı destekleyen, toplumsal yapının korunmasında işlevsel bir rol atfedilmektedir. Haberler, toplumu dengede tutan sistemin bir parçasıdır ve diğer toplumsal kurumlarla etkileşime girmektedir. Toplumsal değişim hızını kontrol altında tutanlar (iktidar sahipleri), değişimin avantajlarından faydalanmaktadır (Shoemaker, 2006, s. 106).

Dolayısıyla, haberler, toplumu dengede tutan, toplumsal değişimin hızını ayarlayan işlevsel bir araçtır. Bu aracı elinde tutan haber medyası ve gazeteciler de toplumsal açıdan önemli bir yer işgal etmektedir. “Pek az diğer meslek grubu, gazeteciliğin sağladığı ayrıcalıkları sağlamaktadır” (Boyd, 2001, s. 3). Dolayısıyla gazetecilik, bilgiye erişim olanaklarıyla ve daha önemlisi toplumun çeşitli kesimlerini etkileme kapasitesiyle stratejik açıdan kritik bir noktadır.

Gazeteciliğin bu farklı alanlara yayılımı, gazeteci aktörlerin aslında sosyal sermaye bakımından farklı alanlardan ve fazla sayıda aktörden beslenebilmesi anlamına gelmektedir. Ancak gazetecilik/medya alanlarındaki yapısal problemler, gazetecilerin kamusal habercilik için faydalanabilecekleri alanları sınırlandırmaktadır. Gazetecilik ekolojisinin mevcut durumu, alanda çalışan aktörler açısından sosyal sermayenin belirli ilişki ağlarında yoğunlaşmasına ve kamusal habercilik anlayışının zayıflamasına neden olmaktadır. Bu nedenle, gazetecilik alanının ilişkili olduğu alan ve aktörler aşağıda ayrı başlıklar altında ele alınarak, bu ilişkilerin mesleki pratiklere yansımaları ortaya konulmaya çalışılacaktır.

2.4.1. Medya Kuruluşu ve Meslektaşlar

Gazetecilik pratikleri açısından en önemli aktörler, tartışmasız olarak gazetecilik yapılan medya kuruluşlarındadır. Bugün bütün medya kuruluşlarının bir yayın politikası bulunmaktadır. Bu politikalar, bireysel sahiplik ilişkileri tarafından ya da örgütün kurumsal stratejilerinden etkilenmektedir. “Hangi olay/olayların haber olarak verileceği kararı, yayın kuruluşunun yayın politikası çerçevesinde verilmektedir. İzleyiciye ise, ancak kendisine sunulan içerik içinde seçici davranma hakkı tanınmaktadır” (Tokgöz, 2008, s. 110).

Tablo 7. Gazetecinin Medya Kuruluşu ve Meslektaşlarıyla İlişkileri

Yöneticiler: Medya patronu, CEO, yönetim kurulu üyeleri, genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü gibi diğer yöneticiler vb.

Meslektaşlar: Kuruluşa bağlı editör, muhabir, fotoğrafçı, kameraman, kurgu-tasarım ekibi, köşe yazarları ile diğer medya organizasyonlarında benzer görevlerde bulunanlar.

Üretim sürecinde, medya kuruluşlarındaki en önemli aktörlerin başında medya patronları gelmektedir. Haber medyası, çoğunlukla “basın baronlarına” aittir. Reklam alabilmek ya da siyasi bir sansasyonu “kurgulama” peşindeki editöryal ekip üzerinde, sahiplik yapısının etkisi olmadığı düşünülemez (Hargreaves, 2006, s. 102). Ancak gazeteci ile patronu arasındaki ilişkilerde, “medyada mülkiyet hakkının editöryal alana yayılması”, birtakım sorunlara neden olmaktadır. “Basın özgürlüğünün temelinde bulunan yayımlama hakkı, gazete sahipliğine bağlıdır ve editöryal bağımsızlıkla ilgili bir hüküm yoktur. Aslında yayına müdahale etmeyen bir yaklaşımı benimseyen çok az patron vardır.” Bu anlamda ünlü medya patronları Robert Maxwell ve Rupert Murdoch’ın editöryal anlamdaki müdahaleleri, en çok verilen örneklerdendir (Hanlin, 2011, s. 57-59).

Günümüzde kurumsallaşmış medya kuruluşlarının, kendi içerisinde beyaz yakalılar ve mavi yakalılar şeklinde yapılandığı görülmektedir. Böyle bir yapının varlığını yerel ölçekte bile gözlemlemek mümkündür. Bu yapı içerisinde editör kadronun bile zaman zaman mavi yaka olarak konumlanabildiği bilinmektedir. Medya içerikleri ve haber politikaları noktasında patronlar ya da beyaz yakalı yöneticilerin elbette belirleyici rol

oynayacağı kaçınılmaz bir gerçektir. Diğer taraftan medya içeriklerinin üretim aşamasında oluşan yapı da göz önünde bulundurulmalıdır. Gazeteci ya da çalışan ile patron veya yönetici arasında oluşan ilişkisel süreç, birbirini şekillendirmekte ve dönüşüme uğratmaktadır. Medya sahipleri ile gazeteciler arasındaki ilişkinin boyutu ve önemi açısından aşağıdaki örnek dikkat çekicidir.

“Editörler, kriz anlarında patronlarına dayanırlar. Independent'ın editörü iken hükümetin denizasırlı ülkelere silah satışındaki sahtekârlığını ortaya çıkaran bir davadan sızan haberi yayımlama kararının ardından, aleyhime dava açılmıştı. Avukatlar, davayı kaybetmemiz durumunda hapse girebileceğimizi söylediler. Ama sonunda davayı kazandık. İşin garibi, pek iyi geçinemediğim Independent gazetesi yönetiminin bu zor anda yanımda olacağından bir an bile şüphe duymadım. Bu durum, bilgilendirmek için gücü elinde tutma konusunda risk almaya hazırlıklı olup olmadıklarının sınıandığı zamanlarda, gazeteciler ve patronlarının arasındaki bağ hakkında çok şey söyler” (Hargreaves, 2006, s. 119, 122).

Yukarıdaki örnek gazetecilerin medya kuruluşu, patron ve yöneticileriyle olan ilişkilerinin ne derece önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Güvene dayalı kurulan ilişkiler doğru gazetecilik pratiklerini teşvik etmektedir.

Bu noktada değinilmesi gereken bir diğer önemli durum, kuruluşun politikaları ve imajının gazeteciler üzerindeki etkisidir. “Bir New York Times muhabiri, Times'ın ne olduğu ve bir şirket olarak Times'ın kendisini ne olarak gördüğünü çok iyi bilir” (Said, 2008, s. 126). Dolayısıyla muhabirin gazetecilik pratiklerinde, mensubu olduğu kuruluşun beklentileri de önemli ölçüde etkilidir. Kurum, gazeteciden kendi kurumsal bakış açısını yansıtan bir perspektif sunmasını beklemektedir. Bu ise kurum ile gazeteci arasında gelişen uzun süreli ilişkilere bağlı olarak mümkün olmaktadır.

Bu açıdan gazetecilerin haber kuruluşlarıyla olan ilişkileri önem kazanmaktadır. Çeşitli araştırmalar, bir haber kuruluşu ile gazetecileri arasındaki ilişkiyi 'haber merkezinde sosyalizasyon' olarak nitelendirmektedir. Bunun anlamı, haber medyasındaki gazetecilerin belirli bir haber kuruluşunun haber politikası ve değerlerini, haber üretim sürecine dahil olarak anlamasıdır. Editöryel kararlar; editör toplantıları; kıdemli ve daha köklü meslektaşlar ile konuşmak; haberin yayına kabul edilmesi ve daha da önemlisi, kuruluşun haber politikasına aykırı olduğu için reddedilen haberler, gazeteciye yayın politikasını öğreten süreçtir. Bu nedenle, haber merkezi sosyalleşmesi, gazeteciye

"doğru" türde haberlerin hangileri olduğunu farklı yollardan öğretmektedir (Harrison, 2008, s. 66). Medya çalışanları, haber üretiminde "haber merkezinin kapitalist merkezli yapısını" dikkate almak durumundadır. "Aynı görüşü paylaşmasalar da, medya sahibinin ya da genel yayın yönetmeninin çizdiği çerçeveye uymak zorundadırlar" (Sağnak, 1996, s. 389).

"Bir muhabir herhangi bir hikâye üzerinde çalışacağı zaman editör, muhabire özet bilgi verir. Bu bilgi, gazetenin ele alınmasını istediği, genellikle de hikâyenin temel ayrıntılarının bir özetini içerir; ... olayla ilgisi olan insanların adları, adresleri ve izlenecek muhtemel yollar. Bu özet çoğu kez, gazetenin hikâyede görmek istediği bakış açısı konusunda muhabire fikir verir" (Browne, 2001, s. 116-117).

Dolayısıyla gazetecilerin mensubu oldukları medya kuruluşlarında (en azından kurumsallaşmış medya örgütlerinde) genellikle ikna etmek durumunda oldukları patronlar, yöneticiler ya da editör kadroların bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu editör kadrolar genellikle haberleştirme sürecinde karar verici konumdadır ve medya kuruluşunun yayın politikaları, editör kadrolar üzerinde daha fazla etkilidir. Sahadan haber getiren gazeteci ile editör arasında yaşanabilecek gerilimin temelinde bu durum yatmaktadır. Aslında genellikle sahada çalışan gazeteci –belirli bir tecrübeye eriştiğinde- mensubu olduğu kuruluşun yayın politikalarını içselleştirdiğinden, bu gerilimler minimum seviyeye düşmektedir. Diğer taraftan gazetecilerin sadece kurum içindeki meslektaşlarıyla değil, diğer medya kuruluşlarında çalışan meslektaşlarıyla da ilişkileri bulunmaktadır.

"Daha büyük hikâyeleri ele alırken; rakip gazeteleri, radyo muhabirlerini ve hatta yerel televizyon gazetecilerini olay yerinde karşınızda bulabilirsiniz. Birlikte ve hatta grup halinde çalışmak çoğunlukla iyi bir fikirdir, böylece hiçbir şey kaçırmazsınız (ulusal gazetelerin muhabirleri bile bunu yaparlar) Böylece gazeteniz daha iyi bakış açılarını yansıtacaktır..." (Browne, 2001, s. 119).

Sahada çalışan muhabirin, rutin veya özel haber peşindeyken diğer kuruluşlardaki meslektaşlarıyla karşılaşma olasılığı son derece yüksektir. Uzun yıllardır sahada çalışan muhabirlerin meslektaşlarıyla ilişkiler geliştirmesi ise kaçınılmazdır. Geçen sürede, kimi zaman karşılıklı rekabet kimi zaman ise yardımlaşma söz konusu olmaktadır. Meslektaşlar ile gelişen ilişkiler, geçen süre zarfında sadece mesleki çerçevede

kalmayıp kişisel ilişkiye dönüşebilmektedir. Yine de alandaki ilişkilerin ağırlıklı olarak ‘rekabet’ temelinde şekillendiği tahmin edilmektedir.

“Atlatmanın [scoop] kovalanmasının dayattığı baskı, müthiş bir baskıdır. Bir şeyleri ilk gören ya da gösteren olmak için hemen hemen her şeyi yapmaya hazırsınızdır ve ötekilerin önüne geçmek, ötekilerden önce yapmak, ya da ötekilerden farklı biçimde yapmak için karşılıklı olarak birbirinizden kopya çektiğinizden, sonuçta hepiniz aynı şeyi yapar hale gelirsiniz, özelin, başka yerde, daha başka alanlarda, özgünlük ve tekillik üreten aranişı, burada tek biçimliliğe ve sıradanlığa ulaşır” (Bourdieu, 1997, s. 21-22).

Bourdieu (1997, s. 26) muhabirler üzerindeki haber baskısının, sürekli olarak rakipleri izlemeye yönlendirdiği üzerinde dururken, sürekli olarak birbirleriyle ilişki halinde olduklarının da altını aşağıdaki biçimde çizmektedir:

“...koşul bağlamında olduğu kadar köken ve formasyon bakımından da pek çok ortak özelliklere sahip olan gazetecilerin birbirlerini okumaları, birbirlerini görmeleri, her zaman aynı kişilerin yeniden görüldüğü tartışmalarda durmadan birbirleriyle karşılaşmaları olgusu, birtakım kapanma etkilerine ve, hiç çekinmeden söyleyelim, bir merkezî bürokrasinin, bir özel siyasal müdahalenin etkileri kadar etkili -hattâ ilkesi daha görünmez olduğu için, daha da etkili- sansür etkilerine sahiptir.”

Dolayısıyla gazetecilerin hem kendi kuruluşlarındaki meslektaşlarıyla hem de rakip kuruluşlardaki meslektaşlarıyla, sürekli olarak bağlantıda kalmak zorunda oldukları ve bu durumun bir “kapanma” etkisi yarattığını söylemek mümkün hale gelmektedir.

Ayrıca Türkiye’de “gazetecilik alanının köşe yazarlığı pratiği olmadan düşünülemeyeceğini” belirten Altınoluklu Şenay (2016, s. 105), bilginin oluşturulma şartları, kaynaklarla ilişkiler, sosyalleşme stratejileri, “sahip olduğu simgesel güç ve özerklik derecesi” nedenleriyle köşe yazarlığının, diğer gazetecilik pratiklerinden farklı bir konumda bulunduğunu vurgulamaktadır. Bu açıdan, “köşe yazarlığı pratiğinin farklılaşmasında sosyal ve kültürel sermayenin yapısı, dağılımı ve etkileşimi çok önemlidir.” Köşe yazarlığının sosyal ve kültürel sermaye bakımından diğer gazetecilik alanlarından farklılaştığını belirten yazar, köşe yazarlığının ilişki ağlarının, sahip oldukları tanınırlık gücüne de bağlı olarak çok daha çeşitli ve güçlü olduğunu belirtmektedir. İlk bakışta masa başında gelen bilgiyi habere dönüştüren, redaksiyon ya da editörlük yapanlara göre köşe yazarlarının durumu dikkate alındığında bu tespit son

derece doğrudur. Ancak bazı durumlar göz önüne alındığında böyle bir genelleme yapmak hatalı olabilmektedir. Örneğin, yerel gazetecilik açısından bakıldığında, örgütsel olarak görev dağılımları çoğunlukla net değildir. Hem köşe yazarı, hem muhabir hem de editörlük görevleri aynı kişinin üzerinde olabilmektedir. Diğer yandan önemli köşe yazarları, yıllarca gazeteciliğin farklı alanlarında görev yapan isimlerdir. Bu açıdan sosyal sermaye edinimlerinde, mesleğin diğer alanlarında çalışmış olmalarının etkisinin bulunabileceği dikkate alınmalıdır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, gazetecilerin medya kuruluşu ve meslektaşları ile geliştirdikleri ilişkileri ikiye ayırmak mümkündür. İçsel ilişkiler bağlamında; medya kuruluşunun patron ve üst düzey yöneticileri, yazı işleri müdürü ve editör ekip, köşe yazarları ile kuruluşa bağlı diğer çalışma arkadaşları bu grup içerisinde değerlendirilebilir. Dışsal ilişkiler içerisinde ise, rakip medya kuruluşlarında çalışan meslektaşları değerlendirmek gerekmektedir. Gazetecilik pratikleri üzerine etkileri bakımından ise içsel ilişkilerin daha etkili olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle sahiplik yapısına bağlı olarak yayın politikalarını belirleyen patron ve üst düzey yöneticiler, mesleki pratiklerde oldukça etkilidir. İçsel ilişkileri oluşturan editör ekip ve meslektaşlar ise yayın politikaları doğrultusunda kuruluşun haber refleksleri ve kurum içi geleneklerin öğrenilmesi bağlamında değerlendirilebilir. Dışsal ilişkiler içinde yer alan diğer kurumlardaki meslektaşlarla ise, rekabet veya yardımlaşmaya dayalı ilişkiler söz konusudur. Dolayısıyla çalışılan medya kuruluşu ve meslektaşlar, gazetecilik ekolojisi içerisinde hem geleneksel hem de alternatif gazetecilik aktörlerinin sosyal sermaye stoklarını besleyen gruptan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışılan medya tipi, medya kuruluşunun sahip olduğu yayıncılık anlayışı, gazeteci aktörlerin mesleki yaşantılarındaki eylemlerinde (kurdukları ilişki biçimleri olarak sosyal sermayede) belirleyici olmaktadır.

2.4.2. Okuyucular

Okuyucular ile gazeteciler arasındaki mesafe, haberleştirilecek konuların seçimini etkilemektedir. Gazeteciler çoğunlukla üst sınıflar ile etkileşim halindedir ve bunun bir sonucu olarak bu tabakaların önemli saydığı konular üzerine yoğunlaşmaktadır. Gazeteciler ile sıradan insanlar arasındaki mesafenin uzaklığı, gazetecilerin okurları anlamak için kamuoyu araştırmalarına güvenmesine neden olmaktadır. Ancak kamuoyu

araştırmaları, genellikle gündemdeki konular hakkında insanların ne düşündüğünü sormakta, onları nelerin rahatsız ettiğı ya da ne istediklerini sormamaktadır. Haber medyasının vatandaşa bu tepeden bakışı, bürokrasinin halkın sorunları hakkında bilgi sahibi olamamasına da sebep olmaktadır (Gans, 2003, s. 49). Dolayısıyla gazetecilerin okuyucularıyla kurduğı ilişkiler, toplumsal iletişimin sağlıklı işlemesinde son derece önemli hale gelmektedir.

Gazeteciliğın okurlarıyla ilişkisinde bir diğerk önemli konu, okuyucuların bilinçlendirilmesidir. Halkın büyük çoğunluğı, medya ve iletişim alanı dahil olmak üzere haklarından haberdar değildir. McChesney'in ifade ettiğı gibi, medyanın mevcut sisteminin kutsal kitaplardan kaynaklanmadığının halka anlatılması gerekmektedir. Bu nedenle gazeteciliğın kamusal yararını vatandaşlara anlatmak, yine gazetecilerin görevi olmalıdır (Gorney, 2002, s. 56).

Deneyimli gazeteciler, okuyucu ve tüketicilerin medya içeriklerini izleyebildiklerini ve sunulan içeriklere göre kendilerini konumlandıklarını anlamaktadır. Artık 'editöre mektuplar' gibi okur köşelerinin, medyanın ikna ediciliğı açısından yeterli olmadığı bilinmektedir. Kamuoyuyla yüksek düzeyde etkileşim, sadece değişimin kaçınılmaz bir sonucu olmayıp, aynı zamanda faydalıdır (White, 2008, s. 138).

Diğerk taraftan gazeteci-okuyucu ilişkilerinin önemli bir ekonomik boyutu bulunmaktadır. “Her haber kuruluşunun sahip olduğı en önemli ilişki, kitleleriyle kurduğı ilişkidir. Bu, ticari basının ekonomik dayanağıdır. Çoğı ticari medyanın reklam ve üyelik tabanlı işletme modeli nedeniyle, kitle büyüklüğü haber kazancını belirler” (Pavlik, 2013, s. 187). Bu nedenle gazetecilerin okuyucularıyla kurdukları ilişki, medya kuruluşunun ticari politikalarının sürdürülebilirliğı açısından da değer kazanmaktadır. Tecimsel medyanın yer aldığı piyasanın yapısı, okurlarla ilişkiler açısından önemlidir. Tecimsel medya, “ürünlerini bir kitleye, kitleyi de reklamcılara satarlar.” Reklamcıların gözünde kitle içerisindeki potansiyel müşteriler önemlidir. Düşük gelir seviyesi ve alım gücünde olanlarla ilgilenmemektedir. Bu durum haber medyasının sundukları içerik üzerinde belirleyici bir etki oluşturmaktadır (O'Neill, 2011, s. 46).

Enformasyon devrimi, haberin toplanmasından daha çok haberin dağıtımını konusuyla ilgilidir. Gittikçe artan sayıda izleyici-okuyucu, haberin ham halini nihai ürün olarak almaktadır. İnternet teknolojilerinin sunduğu olanaklar nedeniyle (decentralization), medya kuruluşları, artık BBC'nin 1930'larda üstlendiği 'eşik bekçiliği' rolünden oldukça uzaktır. Haber tüketicileri yine de geleneksel gazeteciliğe çeşitliliği keşfetmek, dünyayı anlamlandırmak ve yorumlamak için ihtiyaç duymaktadır (Chapman, 2008, s. 15). Bu anlamda haber medyası, kâr amacı güden tecimsel kuruluşlardır. Buralarda çalışan gazeteciler ise, ücret karşılığı çalışan meslek profesyonelleridir. Dolayısıyla medya kuruluşunun varlığını sürdürmesi ve çalışanlarının ücretleri, okuyucuların ihtiyaçlarını karşılayabilme kapasitelerine bağlıdır. Bu nedenle, genel okuyucu profilinin talepleri, gazetecilerin üretim tercihlerinde son derece önemli bir yere sahiptir. Bu talepleri anlayabilmek ve karşılayabilmek isteyen gazetecilerin, okuyucularıyla güvene dayalı ve uzun süreli ilişkiler geliştirerek sosyal sermaye oluşturmaları gerekmektedir. Ancak gazetecilik alanının ilişkide bulunduğu diğer alanlar düşünüldüğünde, okuyucular ile gazeteciler arasındaki ilişkinin oldukça zayıf kaldığı belirtilmelidir.

2.4.3. Haber Kaynakları

Gazetecilerin ilişkide olduğu mevcut insanların her biri, potansiyel birer haber kaynağıdır. Diğer yandan çeşitli konularla ilgi bilgi arayışı içerisinde olan gazeteci, sürekli olarak yeni insanlarla etkileşime girme durumundadır.

Muhabir, birçok insan, kurum ve kuruluş ile iletişim sağlamalıdır. Bilgi toplama sürecinde bu kaynaklar son derece önemli rol oynamaktadır. Dramatik olaylar hakkında bilgiler genellikle, "polis, hastane, itfaiye, sahil güvenlik gibi" yerlerden sağlanmaktadır (Browne, 2001, s. 15,113-114).

Genel olarak sıradan haber kaynaklar ifade edilecek olursa;

- Olaylardan mağdur olan sıradan vatandaşlar,
- Görgü tanıkları,
- Olaylara müdahalede bulunan ya da bilgi sahibi olan polis, asker, sağlık personeli, adliye çalışanı gibi resmi görevliler,
- Suça karışmış sıradan insanlar şeklinde sıralanabilir.

Gazetecilik, toplumsal ilişkilerden soyut bir şekilde yapılabilecek bir meslek ya da iş sahası değildir. Modern toplumun bazı karakteristiklerini son derece somut bir biçimde taşıyan bir meslek dalı olarak, söylem düzeyinde de olsa önemli sorumlulukların yüklendiği bir meslektir. Bu bakımdan gazetecilik pratiklerinin gerçekleşmesi, içinde bulunulan toplum ve toplumu oluşturan her bir birimle karşılıklı bağımlılığa dayalıdır. Demokratik toplumda kamu, gazeteciye, gazeteci de kamuya bağımlıdır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, gazetecinin bilgi kaynakları, demokratik düzenin devamında son derece önem kazanmaktadır.

Yani insanlarla iletişim halinde olmak, gazeteciler için zorunludur. Gazeteci bazen, sadece telefonla konuşarak habere ulaşabilmektedir. “Örneğin polise, belediyeye telefon ederek” bile haber bulmak mümkündür (Tokgöz, 2008, s. 232). Ancak telefondan bile haber bulabilecek kadar etkili bir gazetecilik faaliyeti, güvene dayalı ilişkilere bağlıdır. Hiç kimse, tanımadığı kişilere bilgi vermek istemez. Bunun da ötesinde, önemli bilgilerin aktarılmasında kaynak, gizliliğinin korunacağından emin olmak isteyecektir. “Gazeteci, enformasyon alabilmek ve enformasyon akışının sürekliliğini sağlayabilmek için haber aldığı kaynaklarla güvene dayanan bir ilişki kurabilmeli ve güvenilir bir insan imajı yaratabilmelidir” (Alemdar ve Uzun, 2019, s. 87-98).

Bu nedenle, kaynaklarla gazeteciler arasındaki etkileşim oldukça karmaşık bir konudur. Gazeteciler ile kaynaklar arasında mesleki veya kişisel etkileşim bulunmakta ve birbirlerinin algılamalarını etkilemektedir. Örneğin, sağlık alanında uzman bir gazeteci veya bu alanda haber yapan bir muhabirin, AIDS konusunda haber yaparken, kaynaklarıyla girdiği etkileşim, konuya bakışını etkileyebilmektedir. Bu durum konuya diğer meslektaşlar veya editör kadrolardan farklı bir yaklaşım gelişmesine neden olabilmektedir (Eldridge, 2005, s. 26).

“Gazeteciler, üç aşağı beş yukarı, istisnai olanla, kendileri için istisnai olanla ilgilenirler. Başkalarına son derece sıradan gelebilecek olan şey onlar için sıradışı olabilir, ya da tersi. Onlar sıradışı olanla, sıradan olan şeyden ayrılanla, güncel olmayanla ilgilenirler - günlük gazeteler her gün gündelik-ötesi şeyler sunmak zorundadırlar, bu kolay değildir... Gazeteciler bu yüzden, sıradan olan, yani sıradan beklentilerce öngörülmüş olan sıradışıya, yangınlara, sellere, cinayetlere, gelgeç olaylara bunca yer ayırırlar” (Bourdieu, 1997, s. 21).

Dolayısıyla istisnai olaylarla ilgilenen gazeteci, bu olaylar hakkında hızlı bilgi akışı sağlayabilmek için haber kaynaklarına bağımlı durumdadır. Haber kaynaklarının bu bilgileri gazeteciye gönüllü olarak aktarması, gazeteciyle kurduğu ilişkilere bağlıdır. Güvenin söz konusu olmadığı bir gazeteci-kaynak ilişkisinde, enformasyon akışının söz konusu olması son derece zordur.

2.4.4. Politikacı ve Bürokratlar

En önemli gazetecilik faaliyeti olan sahada haber toplayabilmek için gazetecinin geniş güçlü ve güvene dayalı ilişki ve iletişim ağına gereksinimi vardır. Gazetecinin bir olayla ilgili olarak pek çok kesimle görüşmesi gerekir. “Gazeteciler, sık sık bu yönden hükümette, iş dünyasında kilit noktalarda oturanlarla konuşmak durumundadırlar.” Yetkili kişilerden güvenilir bilgi almak, gazetecilik mesleğinin sorumluluklarından (Tokgöz, 2008, s. 232-233). Dolayısıyla gazeteciler, Tablo 8’de bir kısmı ifade edilen siyaset ve bürokrasi çevreleriyle ilişki içinde olmak zorundadır.

Tablo 8. Gazetecilerin Siyaset ve Bürokrasi İlişkileri

Siyasetçiler: Cumhurbaşkanı, başbakan, bakanlar, siyasi parti genel başkanları ve yöneticileri, milletvekilleri, belediye başkanları, siyasi partilerin il teşkilatları başkan ve yöneticileri, muhtarlar vb.

Bürokratlar: Müsteşarlar, büyükelçiler, konsoloslar, valiler, ataşeler, kaymakamlar, daire başkanları ve KİT yöneticileri ve kamu kurum kuruluşlarındaki diğer alt kademe yöneticiler vb.

Ancak siyaset kurumu ile gazetecilik müessesinin ilişkilerinde, sadece iki alanın kamusal sorumluluklarıyla açıklanamayacak bir derişiklik söz konusudur. Haber kuruluşlarının zaman ve maddi sınırlılıkları, gazetecilik faaliyetleri açısından belirleyici olmaktadır. Bu nedenle kolay erişilebilir, güvenilir bir bilgi akışı gereksinimi ortaya çıkarmaktadır. Buna karşılık devlet kurumları ve politikacılar, haber kuruluşlarının taleplerini karşılamak için isteklidir ve medyanın kolayca sindirebileceği bir biçimde düzenli olarak bilgi sağlarlar (Schudson, 2003, s. 134). “Dünyanın hemen her yerinde politikacılar ile basın mensupları iç içe yaşarlar. Özellikle Batı ülkelerinde, politikacılar

iktidarda ya da muhalefette görev üstlenmiş olsunlar” medya ve gazetecilerle yakın ilişki içindedirler. Hatta “pek çok partinin elemanları, önemli kişileri gazete ve dergilerde çalışırlar” (Demirkent, 2003, s. 117).

Bu bağlamda, “gazetecilerin günlük rutinleri içinde, siyasal ve sosyal kurumlarla kurdukları ilişki, öncelikle gazeteci-haber kaynağı ilişkisi olarak irdelenebilir.” Aslında bu haber kaynakları, ifade edilen kurum ve grupların sözcüleridir. Sözcüler, “olay ve durumlara ilişkin açıklamalar yapmak ve gazetecilerle birebir ilişkileri kurmakla yükümlüdür” (Arsan, 2008, s. 86). “Haber olabilecek bilgileri sağlayan başlıca kaynaklar, basının gözlemci olarak hareket etmesi gereken hükümetlerdir.” Çeşitli ülkelerdeki hükümetlerin, basını bilgilendirme yollarına bakıldığında, “siyasi kazançlarını en üst düzeyde tutarak sundukları bilgiyle gazetelere ucuz haber” sağladıkları görülmektedir. Dolayısıyla gazeteciler, dördüncü kuvvet olarak, izlemekle sorumlu oldukları “kurumlara bağımlı hale” gelmektedir. Ayrıca siyasetçiler, sundukları bilgileri, “haber değeri yüksek” bir çerçeveden iletmektedir. “Haberin oluşmasında etkin olan piyasa” bilgilerin nasıl sunulacağı konusunda da son derece etkindir (O'Neill, 2011, s. 44).

Öte yandan haber medyasının genel etkilerinden biri, seçilmiş politikacılar ve diğer belirli kaynaklara sıklıkla görünürlük sağlamaktır. Herkesin bu tür bir görünürlüğe 15 dakikalığına sahip olduğu iddia edilse de kamusal olarak önde gelen kişilikler daha fazla dikkat çekme eğilimindedir. Çünkü gazetecilik faaliyetlerinin bir kısmı, görev başındaki politikacıların ihtiyaçlarından kaynaklanmıştır. Gazetecilerin, toplumun siyasal partileri ve politikacıları yeniden seçtiği bir siyasal yapıda politikacılar hakkında haber yapmaları normal bir sonuçtur. Gazetecilik faaliyetleri olmaksızın politik kurumların faaliyetlerinin ya da seçim kampanyalarının duyulması zorlaşmaktadır. Neticede gazetecilik alanı siyaset kurumuna ayrıcalık sağlamaktadır (Gans, 2003, s. 47, 86). Siyasetçiler ile gazeteciler arasında süregelen ‘aşk-nefret’ ilişkisi, kimi zaman sürtüşmelere sebep olsa da oldukça mutlu bir şekilde var olmaya devam etmektedir. Her iki taraf da birbirine ihtiyaç duymaktadır. Siyaset muhabirleri, politikacılardan sürekli olarak haber malzemesi beklerken, politikacılar halkla iletişim halinde kalabilmek için gazetecilere ihtiyaç duymaktadır (Jones, 2008, s. 179).

Diğer yandan medya alanında, siyasal iktidarla ilişkiler, genel yayın politikaları üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Türkiye’de medya ve siyaset alanları arasındaki etkileşimde tarihsel olarak, “kâğıt, resmi ilanlar, devlet bankalarının ucuz kredileri, reklam bütçeleri, yatırım teşvikleri gibi olanaklar” ile medya alanının kontrol edilmesine çabalandığı görülmektedir (Dursun, 2001, s. 150).

Haberlere konu olan bir diğer grup, bürokratlar ya da kamu görevlileri olarak ifade edilen kesimdir. Ancak bu kesim yüksek gelirli olmalarıyla değil, kamu görevlerine yapılan vurguyla haberleştirilmektedirler. Kamu görevlileri, ekonomik durumlarından ziyade coğrafî, ırksal, etnik ve dini yönleriyle vurgulanmaktadır. Politikacıların, mensubu oldukları sosyal sınıf, seçilmiş veya atanmış bir görevlinin, köklü bir aileden (sosyologların üst sınıfıyla eş anlamlı olarak) veya çok fakir bir aileden gelmesi durumu haricinde, daha az haber değeri taşıma eğilimindedir (Gans, 2004, s. 25).

Dolayısıyla gazetecilik mesleği açısından ilişkilerin kaçınılmaz olduğu bir diğer alan, bürokrasidir. Kamu adına denetleme görevi atfedilen gazetecilerin, bürokrasi alanıyla ve buralarda bulunan atanmış aktörlerle sıklıkla bir araya gelmeleri kaçınılmazdır. Ancak demokratik olmayan sistemlerde, gazetecilerin iktidar yapılarındaki aktörlerle demokratik mantıkla bağdaşmayan, sorunlu ilişkilerinin bulunduğu da yadsınamaz bir gerçektir.

“Gazetecilik, toplumun özgür olmak için ihtiyaç duyduğu bağımsız, güvenilir, doğru ve geniş kapsamlı bilgiyi üreterek kültüre eşi olmayan bir katkı sağlıyordu. Gazeteciliğe bundan başka bir ödev yüklendiğindeyse, demokratik kültürü altüst edebiliyordu. Nazi Almanyası’nda ve Sovyetler Birliği’nde olduğu gibi, hükümetler haberleri denetim altına aldıklarında meydana gelen buydu” (Kovach ve Rosenstiel, 2007, s. 13).

Diğer yandan demokratik sistemlerde dahi, gazetecilik alanıyla siyaset alanının ilişkileri çok sağlıklı yürümemekte, iki alan arasındaki güç dengesi bakımından uçurum oluşması mümkün olabilmektedir. Bu dengesizlik ise, yine sorunlu ilişkilerin gelişmesine neden olmaktadır. Örneğin, Amerikan toplumunda medya en zengin, güçlü, etkili ve korkulan sektör olarak kabul görmektedir. Amerika’da kimi siyasetçilerin medyayı, “çok güçlü bir lobi” olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Amerikan medyası, paradan çok daha değerli olan bir güç olan, haberlerin kontrolünü elinde bulundurmaktadır. Medya, her seçim bölgesi için önemli bir iletişim aracı olarak politikacıların kamuoyuna nasıl

sunulacağını belirlemektedir. Politikacılar ise, görünürlüklerinin azalacağı korkusuyla medya endüstrisine karışmaktan korkmaktadır (Gorney, 2002, s. 50).

Dolayısıyla gazeteciliğin gerek iç politika açısından gerekse dış politika açısından son derece önemli bir yeri vardır. Örneğin Amerikan medyası, dış haberlerini Amerikan dış politikasına bağlı olarak üretmektedir. Amerika'nın resmi dış politikasıyla “çatışan” bir durum söz konusu olduğunda, “medya özgür görüşlerini ifade eder ama o durumda bile amaç, hükümet politikalarını değiştirmek değilse de bunlara ağırlığını koymaktır” (Said, 2008, s. 125). Bu bağlamda, sadece siyaset alanının medya alanı üzerinde etkili olduğunu düşünmek, ciddi bir yanılgı haline gelmektedir. Bazı durumlarda medyanın siyaset üzerinde güçlü ve belirleyici olduğunu görmek mümkündür. Gazetecilik alanıyla siyaset ve bürokrasi alanı karşılıklı bağımlılığa dayanan, birbirlerini etkileyen ve dönüştüren alanlardır. Bu etkileri gerçekleştiren ise alanda ki gazeteci, siyasetçi ve bürokrat aktörlerdir.

Siyasi konuları izleyen gazeteciler ile politikacılar arasında ki “güç bütünleşmesini” vurgulayan Arsan (2008, s. 84), iki grup arasında “rutin ve yoğun ilişkiler” bulunduğunu dile getirmektedir. “Aynı gündemi paylaşır, aynı mekanlarda dolaşır, aynı mekanlarda yemek yer ve zaman zaman çok yakın ilişki kurarlar.” Bu durum gazetecilik alanında kaçınılmaz bir durum haline gelmekte ve birçok soruna neden olduğu için eleştirilmektedir.

2.4.5. İş Dünyası

Habere konu olan bir diğer grup, iş dünyası içerisindeki aktörlerdir. İş dünyası içerisinde gazetecilik alanıyla ilişkili aktörler, uluslararası veya ulusal çapta şirket sahipleri ve yöneticileri, orta ve küçük ölçekli işletme sahipleri ve yöneticileri, şirketler bünyesinde çalışan halkla ilişkiler uzmanları, reklam ajansları sahip ve çalışanları şeklinde sıralanabilir. Ayrıca Yıldız ve Öngören (2013, s. 152)'in belirttikleri “devlet dışı kaynaklar” da gazeteciler açısından iş dünyasındaki önemli aktörlerdendir. Bunlar; “uluslararası kuruluşlar (Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, IMF...), sanayi ve ticaret kuruluşları ve üyesi oldukları dernekler...mühendislik firmaları, okullar, işletme enstitüleri veya fakülteler, araştırma merkezleri, ekonomistler” ve diğer finans çevreleri şeklinde sıralanabilir.

Çoğu haberde yer alan kişiler, varlıklı insanlardır (Gans, 2004, s. 25). Dev holdinglere sahip önemli iş adamları, gerek iş hayatındaki faaliyetleriyle gerekse özel hayatlarıyla haberlere konu olmaktadır. Kurumsal ya da kişisel anlamda tanıtıma ihtiyacı olan iş dünyasının aktörlerinin bulundukları bölgede, gazetecilerle ilişki kurmaları son derece olağandır. Medyada olumlu anlamda yer almanın kurumsal ve bireysel itibara katkısının keşfi, bu ilişkilerin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır.

Diğer yandan gazetecilerin bağlı bulunduğu medya kuruluşlarının ürettikleri içerik konusunda belirleyici olan en önemli grup, reklam veren şirketler ve yöneticileridir. Bu nedenle, endüstrileşmiş medya alanı ile iş dünyası arasındaki sınırları belirlemek zorlaşmıştır. Reklam verenler, “editorial politikalar” üzerinde belirleyici bir noktada konumlanmakta, kendilerine zarar verecek yayınların söz konusu olması durumunda medya kuruluşlarını “reklam bütçelerini geri çekmekle tehdit etmektedir.” Medya kuruluşları da reklam gelirlerini arttırmak için elindeki haber gücünü tehdit aracı olarak kullanmaktadır (Pazarbaşı, 2013, s. 275-276).

Diğer yandan iş dünyasından isimlerin, medya ve gazetecilik alanıyla kurduğu ilişkilerde reklam en önde gelen unsurdur. Bu anlamda medya grubu ile şirketler arasındaki ilişkide aracı olan reklamcılar, gazetecilik alanına dolaylı ya da doğrudan etki edebilmektedir. Uluslararası, ulusal veya yerel düzeyde dahi, reklamcılık alanının medya ve gazetecilik alanında gerçekleşen üretim üzerinde etkisinin bulunduğu bilinmektedir. Hargreaves (2006, s. 128)’in ifadeleri iş dünyası, reklam sektörü ve gazetecilik alanındaki ilişkileri yansıtmaktadır:

“Ticari malların filmlerde veya televizyon programlarında gösterilmesi, tüketici mallarının kurnazca veya gizlice reklamını yapmak için düşünülmüştür ve birçok gazete ile dergide sadece belirli reklam verenlerin veya sponsorların desteğini aldığı için yayımlanan 'reklamlar' görürsünüz. Bu, gerçekten de korku ve kayırmaya karışmamış bir gazetecilik midir?”

Gazetecilik faaliyetinde, iş dünyası açısından önde gelen bir diğer ilişki grubu olarak halkla ilişkiler uzmanları görülmektedir. Genellikle, halkla ilişkiler (PR) departmanları veya şirketler, haberlerde yer bulmak için çaba göstermektedir. Bazı halkla ilişkiler ajansları, müşterilerinden "yalnızca başarıya yönelik ücretler" talep etmektedir. Yani halkla ilişkiler ajansları, müşterisi olan firmayla ilgili yayımlatmayı başardığı haber başına ücret tahsil etmektedir (Schudson, 2003, s. 136).

Aslında halkla ilişkiler uzmanları, gazeteciler açısından önemli bir haber kaynağıdır. Gazeteciler ile halkla ilişkiler uzmanları arasındaki ilişkiyi aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Hargreaves, 2006, s. 127):

“Gazeteciler, halkla ilişkiler bağlantılarından veya diğer resmi haber kaynaklarından faydalanmıyormuş gibi davrandıklarında pek dürüst değillerdir. Aslında bulabildikleri her haber kaynağını kullanırlar. Haber atlatmak isteyen bir gazeteci doğal olarak tepedeki insanlara, yani karar alıcılara ve ana kaynaklara, ulaşmak isteyecektir. Ama bu her zaman gerçekleşmez, çünkü tepedeki insanlar, isimlerinden de anlaşılacağı üzere, bütün bir günü telefonda gazetecilerle görüşerek harcayamayacak kadar meşgul insanlardır ve dolayısıyla çevrelerinde araçlar bulundurlar. Bu araçların işi ise, tüm yıl boyunca her saat çalışan haber medyası ile ilgilenmektir.”

Yani gazeteciler, bilgi ve haberlerin toplanmasının yüksek maliyeti nedeniyle haber hikâyelerini ellerinde hazır bulunduranlara yönelmektedir. Bunlar temelde haber ajansları ve halkla ilişkiler ajanslarıdır (O'Neill, 2011, s. 43). Bu iki meslek grubu arasındaki sorunlu ve bağımlı ilişki, pek çok çalışmaya konu olmaktadır. Reklamcılardan farklı olarak halkla ilişkiler uzmanları, temsil edilen şirketin bünyesinde istihdam edilebilir ve şirketin medyayla olan iletişim ve ilişkilerini sürdüren meslek grubudur. Aralarındaki gerilimin temelinde, gazetecilik ve halkla ilişkiler alanlarının teoride kamunun çıkarları için çalışmasına karşın, aslında her iki meslek grubunun mensubu olduğu kurum, kuruluş ya da şirketin çıkarları için çalışması yatmaktadır. Aşağıda ifade edildiği gibi, gazetecilik ile halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir arada olduğu pek çok alan vardır.

“Gazetecilerle halkla ilişkiler çalışanlarının faaliyetlerinin çakıştığı tek alan politika değildir. Ticaret ve finans piyasalarında, ilkesiz halkla ilişkiler çalışanları, çalıştıkları şirketlerin hisselerinin değerini arttırmak için hazırlanan ve tamamen veya kısmen yalan olan bilgileri yayarlar. Bu görev, yatırım bankacıları, borsa analistleri veya yatırım danışmanlığı, satıcılık ve gazetecilik arasında gidip gelen kişiler ile gizli anlaşmalar yapmayı da içerir” (Hargreaves, 2006, s. 130).

Ticari şirketler, tüketici ürünüyle ilgili güven sarsıcı haberler nedeniyle keskin bir düşüşe ya da hükümet soruşturmasına maruz kalabilir ve milyonlarca dolar harcayabilir. Çeşitli skandallar göstermektedir ki, yasadışı veya ahlaki açıdan sorgulanabilir kararlar hakkındaki haberler, bir firmanın çöküşünü hızlandırabilmektedir (Gans, 2003, s. 79). Bu nedenle halkla ilişkiler, ticari şirketler açısından hayati önem taşımaktadır. Ticari

şirketlerin bünyesinde çalışan halkla ilişkiler uzmanları gazetecilerle sıklıkla iletişim kurmakta, gazetecilerde bu uzmanları, haber kaynağı olarak kullanmaktadır.

Bir çok farklı organizasyon bilgilendirme ofislerinin yanında muhabir ve editörlerle geliştirdikleri iyi işbirlikleri vasıtasıyla medyadaki imajlarını kontrol etmeye çalışmaktadır (Schudson, 2003, s. 136). “Halkla ilişkiler uzmanları, pazarlamacılar, piyasa araştırmacılarının tümü, kitle iletişim araçlarında ‘haber olabilecek olayları’ çıkarabilmek için çaba” harcamaktadır. “Daha doğrusu, gazetecilik yapan kitle iletişim araçlarının geleneksel edilgenliğini” (Tokgöz, 2008, s. 61) zorlamaktadır. Bu durum hangi kitle iletişim aracında veya çevrimiçi ortamda gazetecilik yapılırsa yapılsın gazeteciliğin önemli kalmasını sağlamaktadır. Pek çok çevre gazetecilere güvenmese de gazeteci tanıdıklar elde etmek istemektedir. Dolayısıyla gazetecilik mesleği diğer “zihin yönlendirenlerin” hedefinde olsa da toplumsal ilişkiler açısından avantajlı bir konum elde etmektedir. Bu nedenle “üstü kapalı bir lobicilik veya şirket rekabeti içine girmek için gazetecilik kullanılmakta ya da tamamen kazanca yönelik ticari bir gazetecilik anlayışı” (Kovach ve Rosenstiel, 2007, s. 13) söz konusu olmaktadır.

Özet olarak, gazeteciler ile iş dünyası, halkla ilişkiler uzmanları ve reklamcılar arasında işbirliği ve mücadele söz konusudur. Dolayısıyla gazeteciler, çeşitli güç çevrelerinin hedefi haline gelmektedir. Bu çevreler, çeşitli yöntemlerle gazetecileri etkilemeye çalışmakta, gazetecilerin kendi çıkarları doğrultusunda çalışmalarını için uğraşmaktadır.

2.4.6. Ünlüler

Ünlüler kategorisinde ele alınacak en önemli grup arasında, sanatçılar yer almaktadır. Ancak “sanat ve sanatçı kavramının Türkiye genelinde netleşmemiş olması, Türk medyasına da yansımaktadır. Haber öznesi olan kişilerden sanatçı diye söz edilmektedir; ama aslında bu kişiler ‘entertainment’ denilen eğlence dünyasının parçası olan insanlardır” (Odyakmaz Acar, 2013, s. 212).

Dolayısıyla ünlüler, gazeteciliğin uzmanlaşma alanlarıyla bağlantılı pek çok kesimi içerisine alan aktörleri ifade etmektedir. Bu anlamda, magazin gazeteciliği, spor gazeteciliği, kültür-sanat gazeteciliği, bilim-teknoloji gazeteciliği, yaşam tarzı gazeteciliği hatta ekonomi gazeteciliği gibi uzmanlık alanlarından aktörler, ünlüler ile olan ilişkileri bağlamında değerlendirilebilir. Özellikle, magazinleşme unsuruyla

bağlantılı olarak, gösteri dünyasında “sanat, siyaset, spor ve cemiyet hayatının önde gelen isimlerinin yaşam tarzları, olaylara bakış açıları haber değeri taşımaktadır” (Pazarbaşı, 2013, s. 286) Ünlüler; müzisyen, ressam, sporcu, oyuncu, yönetmen... vb. gibi kültür, sanat, spor gibi alanlardan geniş toplum kesimleri tarafından bilinen insanlar olarak, her zaman haber değeri taşımaktadır. Tanıtım isteyen ünlüler ile hikâyeler isteyen gazeteciler arasında her zaman simbiyotik bir bağ söz konusudur (Simmons, 2008, s. 189). Sıradan faaliyetleri konusunda bilgi vermek için, gazetelerle ajansları aracılığı ile temasa geçen aktörler, yazarlar, müzisyenler şov dünyasından şahsiyetler, kaşifler ve sporcular gibi başarılı kişiler” (Browne, 2001, s. 113-114) gazetecilerle sıklıkla ilişki içerisindedir.

Tablo 9. Gazetecilerin Kültür-Sanat Alanındaki İlişkileri

Müzik: şarkıcılar, besteciler, söz yazarları, aranjörler, enstrümanistler, konservatuarlarda görev yapan akademisyenler, müzik yapım şirketlerinin sahipleri ve çalışanları, klip yönetmenleri, müzik kanalı yöneticileri, müzik programı yapımcıları, sunucuları, resmî kurumlar

Sinema: yönetmenler, yapımcılar, oyuncular, senaristler, set işçileri, sinema eleştirmenleri, sinema alanında eğitim veren akademisyenler, seyirciler

Edebiyat: yazarlar, şairler, çizerler, eleştirmenler, edebiyat fakültelerindeki akademisyenler, yayınevi sahipleri, yayınevi editörleri, dağıtımcılar, okuyucular

Tiyatro: oyuncular, yazarlar, yönetmenler, eleştirmenler, tiyatro yöneticileri, tiyatro eğitimi veren akademisyenler, seyirciler

Mimarlık: mimarlar, mimarlık fakültelerindeki akademisyenler, mimarlar odası yöneticileri

Plastik sanatlar: ressamlar, heykeltıraşlar, seramikçiler, grafikçiler, geleneksel el sanatçıları, fotoğraf sanatçıları, bu dallarda eğitim veren akademisyenler, atölye sahipleri, galeri sahipleri, eleştirmenler

Kaynak: Odyakmaz Acar, 2013, s. 220-221.

Yukarıdaki tablonun yanı sıra, gazetecilerin spor alanında haber kaynağı olarak kullandıkları ve dolayısıyla ilişki geliştirdikleri aktörler bulunmaktadır. Bunlar; sporun

her dalından federasyon, dernek, kulüp başkanları, yöneticileri, çalışanları, antrenörleri, oyuncularını vb. şeklinde sıralanabilir.

Genel olarak ünlüler kategorisinde; müzik, sinema, edebiyat, tiyatro, mimarlık ve plastik sanatlar (resim, heykel, seramik, grafik, fotoğraf, tekstil, geleneksel el sanatları) gibi alanlardan insanlar ve sporcular bulunmaktadır. Bu alanlarda faaliyet gösteren gazeteciler, “diğer alanlara göre, haber kaynaklarıyla daha samimi ilişkiler geliştirme imkanına sahiptir.” Diğer taraftan bu durumun olumsuz sonuçları söz konusudur. “Haber kaynağı, yakın ilişki içerisinde olduğu muhabiri kullanıp rakiplerinin önüne geçmeyi” (Odyakmaz Acar, 2013, s. 214-219) isteyebilmektedir.

“Ünlülerin, sanat ve cemiyet hayatının önemli isimlerinin ‘özel yaşamları’ mercek altına alınarak habere daha fazla konu edilmektedir” Diğer taraftan haberlerde ünlülerin genellikle özel yaşamlarıyla gündeme gelmeleri bir takım etik tartışmaları da beraberinde getirmiştir. “Politikacı, sporcu ve ünlülerin aile hayatlarının gündemde ilk sıralarda eğlence paketi olarak” (Pazarbaşı, 2013, s. 287) sunulması, iki kesim arasındaki ilişkilerin kimi zaman iş birliği kimi zaman ise gerilim içinde devam etmesine sebep olmaktadır. Ancak, aşırı derecede yaygınlaşan magazinleşme ve gösteri kültürü, kamusal haberciliği ciddi ölçüde aşındırmaktadır.

2.4.7. Sivil Toplum

“Sivil toplum; tolerans, ılımlılık, uzlaşmacılık ve karşıt görüşlere saygı gibi diğer demokratik tutumların gelişimi için kritik bir alan olabilmektedir. Sivil toplum, siyasal partilerin dışında kanallar üreterek, özellikle kadınlar ile ırksal ve etnik azınlıklar gibi dışlanmış grupların çıkarlarının temsili noktasında” (Bekiroğlu, 2012, s. 123) önemli roller üstlenen bir alandır.

Gazeteciliğin günümüzde geldiği nokta, çok farklı çevrelerden haber almayı gerekli kılmıştır. Toplumların “değişen ilgisi ve merakı”, haber konularının da değişimine neden olmaktadır (Tokgöz, 2008, s. 241). Örneğin kadın hakları veya çevre sorunlarıyla ilgili yaşanan gelişmeler toplumun ilgisini çeken konulardır. Bu konularla ilgili çeşitli sivil toplum örgütlerinde yer alan aktörler, gazetecilerin ilgisi dahilindedir. “Sendikalar, ticaret odaları, siyasi partiler, konseyler ve yerel grupların bölge şubelerinin hepsi,

faaliyetlerinin yerel gazetede yayınlanmasını isteyeceklerdir” (Browne, 2001, s. 113-114). Bu bağlamda sivil toplum başlığı altında;

- Dernek yöneticileri ve temsilcileri,
- Vakıf yöneticileri ve temsilcileri,
- Sendika yönetici ve temsilcileri,
- Üniversitelerdeki yönetici ve akademisyenler,
- Meslek örgütleri yönetici ve temsilcileri ile
- Çeşitli dini, kültürel vb. grupların liderleri ve üyeleri değerlendirilebilir.

“Medya ve sivil toplum arasındaki ilişkinin demokrasiden ayrı düşünülmesi mümkün görünmemektedir. Medya, hem sivil toplum ve demokrasi arasındaki ilişkide hem de bu olguların iç işleyişinde, önemli bir aktör olarak değerlendirilebilmektedir” (Bekiroğlu, 2012, s. 113). Gazeteciler, sivil toplum örgütleriyle ve onların yöneticileriyle sürekli olarak iletişim halinde kalarak, bu çevrelerin sesini duyurmak durumundadır. Çünkü “çağdaş, demokratik toplumlarda medya ve sivil toplum örgütlenmeleri arasında doğrudan bir ilişki kurulmaktadır. Bu durum, medyanın kamuoyunu bilgilendirme ve bilinçlendirme gibi son derece önemli işlevler üstlenmesine dayanmaktadır” (Bekiroğlu, 2012, s. 144). Bu işlevleri ise medya kuruluşlarında çalışan gazeteciler yerine getirmelidir.

“Medya, ... sivil toplum örgütlerini ve onların sorunsallarını, hedeflerini, düşüncelerini, stratejilerini, eylemlerini gündeme getirerek, gündemde tutarak ‘görünür’ kılmaktadır.... Böylelikle, medyanın, sivil toplum örgütlerinin etkinliğinin artması noktasında da kritik bir kanal ya da aracı rolü gördüğü yadsınamaz bir gerçek olarak değerlendirilebilir. Bu durum, medya ve sivil toplum arasındaki ilişkinin genel bir boyutunu oluşturmaktadır” (Bekiroğlu, 2012, s. 144-145).

Bu bağlamda, baskı grupları olarak da değerlendirilebilecek olan bu örgütlenmeler ya değişim isteyen ya da değişime karşı çıkan insanlardan oluşmaktadır. Bu nedenle talepleri genellikle haber olmaktadır. Hükümet politikasına, çeşitli olaylara veya gelişmelere tepki, hikâyenin etkili bir şekilde takip edilmesini sağlamaktadır. Muhabirler böyle durumlarda, çatışmanın altında yatan nedenleri ve aktörleri aramakta, çekişme noktalarını anlamaya çalışmaktadırlar (Boyd, 2001, s. 24).

Haber medyasının taşıdığı önem, demokratik sistem ve sivil toplum söylemlerinden kaynaklandığına göre, medya demokratikleşme süreci açısından diğer demokratik kurumlarla karşılaştırıldığında eşsiz önem ve özelliklere sahiptir. Medya, mesajlarını geniş kitlelere ulaştırabilen bir iletişim aracıdır. Siyasal aktörlerden topluma ve kamuoyundan siyasal aktörlere olan bilgi akışını sağlamaktadır. Bu nedenle medya, sivil toplumun sacayaklarından biridir. Medya, sivil toplum örgütleri, toplumun geneli, devlet veya hükümet arasından köprü görevi görmektedir. Sivil toplumun, hükümetten talepleri medya yoluyla yöneticilere iletilmektedir (Wayne, 1996, s. 13-14).

Genel olarak baskı grupları, etki ve nüfuz açısından ve ilgilendikleri konular bakımından sınırsız sayıda olabilmektedir. Bunların içerisinde kötü niyetli olarak, kişisel çıkarlar doğrultusunda hareket eden gruplar bulunabileceği gibi, halkın sorunlarına katkıda bulunan baskı grupları da bulunmaktadır (Boyd, 2001, s. 34). Bu bağlamda sivil toplumun ya da baskı gruplarının kamusal habercilik açısından oldukça kritik bir önemi bulunmaktadır. Dolayısıyla gazetecilerin, bu “sınırsız sayıdaki” çevreyle ilişki geliştirme, sürekli olarak temas halinde kalma zorunluluğu vardır. Ancak, medya kuruluşu, siyaset ve iş dünyası gibi diğer alanlarla kıyaslandığında, sivil toplum alanının gazetecilik alanıyla ilişkileri oldukça sınırlı kalmaktadır.

2.5. Gazetecilik ve Sosyal Sermaye İlişkisinin Genel Değerlendirmesi

Gazetecilik sosyolojisinin ilgilendiği önemli bir alan, haberin oluşum sürecinde etkili olan “ekonomik, bürokratik ve normatif baskılardır.” Bu nedenle gazeteciliğin tarihsel süreç içinde geçirdiği dönüşüm, gazetecilerin “sosyal ve siyasal altyapıları, mesleğin karakteristik özellikleri, mesleğin algılanış biçimleri, toplumdaki alt ve üst sınıflarla kurdukları ilişkilerin yapısı” gibi konular, sosyolojik açıdan incelenmektedir (Arsan, 2008, s. 67). Bu bağlamda sosyal sermaye yaklaşımı, gazetecilerin toplumla kurdukları ilişkilerin incelenmesinde önemli bir teorik zemin sunmaktadır.

Gazeteciliğin insanlar arasında iletişim kurma ve geliştirmeye yaradığını vurgulayan Kovach ve Rosenstiel (2007, s. 20), bu durumun “tarih boyunca varlığını sürdürdüğünü” belirtmektedir.

“Geriye dönüp bakıldığında, gazetecilik kavramını topluluk yaratma kavramından ve daha sonra demokrasiden ayırmanın imkânsız olduğu görülür. Gazetecilik bu amaç doğrultusunda o kadar temeldir ki, ileride göreceğimiz gibi özgürlüğü bastırmak isteyen toplumlar ilk olarak basını

susturmuşlardır; ilginç bir şekilde kapitalizmin kendisi değil. Yine ileride göstereceğimiz üzere gazetecilik, anlaşılması oldukça güç olan toplumdaki ortak insan davranışlarının öğrenilmesini de sağlar.”

Dolayısıyla medyanın, kültürel malların üreticisi olduğu bir toplumda, gazetecileri bilgi ve görüş üreticileri olarak görmek, toplumdaki diğer aktörlerle ilişkileri içinde konumlandırmak, son derece önemli bir hal almaktadır (Hardt, 1995, s. 2). Hatırlanacağı üzere, toplum içinde, aktörlerin sosyal sermayeye eşit derecede erişimleri söz konusu olmadığı gibi, sahip olunan sosyal sermayenin miktarında, aktörün bulunduğu toplumsal bağlam oldukça belirleyicidir. “Aktörün sosyal sermayesinin büyüklüğü, etkili olarak harekete geçirebileceği bağlantı ağının büyüklüğüne ve bağlantıda olduğu aktörlerin sahip olduğu sermayenin (ekonomik, kültürel veya simgesel) hacmine bağlıdır” (Bourdieu, 1986, s. 21). Ayrıca sosyal sermaye rezervleri, eşit olamayan bir şekilde dağılmıştır ve erişilebilirlikleri farklıdır. Sosyal sermayeye erişim, diğer sermaye biçimlerinde olduğu gibi, onu kullanmaya çalışan belirli birey veya grupların toplumsal konumuna bağlıdır. Sosyal sermayenin toplumsal konumu, kimin sahip olduğuna bakılmaksızın, onun kullanım değerine etki etmektedir (Edwards ve Foley, 1997, s. 677). Bu bakımdan gazetecilik mesleği ve içerisinde bulunduğu medya alanı toplumsal açıdan stratejik öneme sahip, ayrıcalıklı bir konum olarak düşünülmekte ve eşit olarak dağılmayan sosyal sermaye rezervlerinden daha fazla yararlanması gerektiği varsayılmaktadır.

Gazeteciliğin stratejik oluşunun altında yatan birtakım unsurlar bulunmaktadır. Birincisi demokratik söylemler açısından konumlandırılışında yatmaktadır. İkinci nokta, medya alanında çalışan gazetecinin, ‘haber verme’ görevi ya da işleviyle ilgilidir. Gazetecinin elinde bulundurduğu en önemli güç, haber verme ve kamuyu bilgilendirme sorumluluklarından kaynaklanmaktadır. Haberlerde ve medyada görünür olmak isteyen çevreler ve haber alma ihtiyacı olan sıradan insanların gazetecilere bağımlılığı söz konusudur. Bu durum gazetecilerin her çevreden insana, özellikle bulunulan toplumsal koşullara göre ‘üst tabaka’ insanlara kolayca ulaşabilmesini sağlamaktadır. İfade edilenler dolayısıyla gazeteciliğin toplumsal bir güç alanı olarak değerlendirilmesi mümkün hale gelmektedir. Bu güç alanını, toplumdaki diğer aktörlerle ilişkileri içerisinde konumlandırmak içinse ‘sosyal sermaye’ yaklaşımı önemli bir potansiyel sunmaktadır.

Bu nedenle, gazetecilik alanının sosyal sermaye perspektifinden incelenmesi önemli hale gelmektedir. Gazetecilik yapmak güçlü bir sosyal sermayeyi gerektirirken, gazetecilik pratiklerinin de toplumdaki sosyal sermayeyi etkilediği anlaşılmaktadır. Toplumdan kopuk, fildişi kulelerden gazetecilik yapmak, halkın sorunlarını yansıtmaktan yoksun bir anlayışın alanda hüküm sürmesine neden olacak, bu durum halkın hem gazetecilere hem de diğer insanlara güvensiz hale gelmesi sonucunu doğuracaktır.

Ancak mevcut gazetecilik pratikleri, temelinde ticari baskıların neden olduğu bir bunalım içerisindedir. Bu durum magazinsel, manipülatif bir gazetecilik anlayışına neden olmaktadır. Bu noktada kamusal gazetecilik anlayışı gibi yönelimler ön plana çıkmakta ve gazeteciliğin içinde bulunduğu krizin aşılmasında bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Bu tür gazetecilik hareketlerinin, aynı zamanda sosyal sermaye oluşumuna katkı sağlayacağı kabul edilmektedir. Halkın sorunlarından haberdar, toplumun olaylara bakış açısını merkeze alan gazetecilik anlayışları, sahada haber üreten aktörlerin yaşadıkları toplumla bütünleşmiş hale gelmesini sağlamaktadır.

Ayrıca tanıdıklık ilişkilerinin, çeşitli şekillerde kullanılabilen potansiyel kaynaklar olduğunu ima eden sosyal sermaye, gazetecilik mesleğini açıklamak açısından son derece önemlidir. Gazetecilik ekolojisi, alandaki aktörlerin çok farklı kesimlerden insanlarla ilişki kurmasının zorunlu olduğunu göstermektedir. Buna karşın, gazetecilerin toplumsal ilişki ağlarının belirli alanlarda yoğunlaştığı ve bu ilişkilerin gazeteciliğin asli ilkesi olarak değerlendirilen kamu/toplum yanlısı gazeteciliği aşındırdığı anlaşılmaktadır. Bu durum, gazeteci aktörlerin bireysel olarak güçlü ve makro düzlemde de toplumsal dayanışma ağlarına yaslanan bir sosyal sermaye inşa etmeleri gerekliliğini yansıtmaktadır.

Dolayısıyla sunulan kavramsal ve teorik çerçeve, gazetecilik alanıyla sosyal sermaye arasında çok boyutlu ilişkilerin söz konusu olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, gazetecilik alanında sosyal sermaye yaklaşımının farklı bakış açılarıyla sınanması gerekli hale gelmektedir. Çalışmanın üçüncü bölümünde, gazeteci aktörlerin sosyal sermayelerinin mesleki pratikleriyle ilişkileri, yapılan araştırmadan elde edilen veriler ışığında ele alınacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GAZETECİLERİN SOSYAL SERMAYELERİ ve KAMUSAL HABERCİLİK OLANAKLARI ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Çalışmanın 3. bölümünde, daha önceki bölümlerde incelenen teorik çerçeve temelinde, gazetecilik alanıyla sosyal sermaye yaklaşımı arasındaki ilişkiler ampirik olarak incelenecektir. Öncelikle araştırmanın konusu ve amacına uygun olarak geliştirilen araştırma tasarımı aktarılacak, sonrasında elde edilen verilerin analizlerine yer verilecektir.

3.1. Araştırmanın Konusu

Gazetecilik uygulamaları, faaliyet gösterilen bölgedeki sosyal sermaye üzerinde birtakım etkilere sahiptir. Bu olumlu-olumsuz etkilere ilişkin teorik tartışmalar çalışmanın ikinci bölümünde ayrıntılı olarak yer almaktadır. Ayrıca gazeteci aktörler, mesleki faaliyetlerinde sosyal sermayeden önemli ölçüde faydalanmaktadır. Araştırma konusu temel olarak, sosyal sermayenin ikinci boyutuyla ilgilenmektedir.

Gazetecilik toplumla bütünleşmiş hale gelerek, güvene dayalı ilişkiler geliştirmeyi gerektirmektedir. Çünkü gazeteciler, topluma hizmet ederken aynı zamanda toplumsal yapılardan beslenmektedir. Gazetecilerin toplumsal yapılardan ne ölçüde beslendiklerini anlamak ve araştırmak için, sosyal sermaye yaklaşımı uygun bir kuramsal zemin ve kullanışlı ölçüm araçları sunmaktadır.

Dolayısıyla araştırmanın konusu, gazetecilerin sosyal sermayeleriyle, mesleki sorumluluklarından biri olan kamusal habercilik arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Toplumsal dayanışma ağları olarak ele alınan sosyal sermaye, gazetecilerin mesleki pratiklerinde yararlandıkları kaynaklar olarak değerlendirilmekte ve sosyal sermayenin kamusal habercilik üzerindeki olası rolü araştırılmaktadır.

3.2. Araştırmanın Amaç ve Önemi

Gazetecilik kurumunun ‘dördüncü kuvvet’ olarak kamu adına denetleme yaptığı şeklindeki söylemler sıklıkla tartışmaya açılmaktadır. Bu tartışmalar, gazetecilik

kurumunun kamusal bilgilendirme işlevinin sorgulanmasına ve gazetecilere olan güvenin sarsılmasına yol açmaktadır.

Gazeteciler, mesleki pratiklerinde sosyal ilişkilerinden faydalanmaktadır. Bu ilişkilerden, haber kaynakları olarak faydalanmak durumunda oldukları bilinen bir gerçektir. Diğer taraftan toplum yanlısı gazetecilik, yaşanan coğrafyadaki insanların sorunlarına hâkim olabilmeyi gerektirmektedir. Bunun için, sosyal sermaye son derece önemli hale gelmektedir. Hem gazetecilerin halkın sorunlarına vakıf olabilmesi hem de halkın gazetecilere güven duyabilmesi, sosyal sermayeye yapılan yatırımlara dayanmaktadır.

Dolayısıyla çalışmada, ‘sosyal sermayenin gazetecilerin mesleki pratiklerinde önemli bir kaynak olduğu’ varsayımının sınanması ve ‘sosyal sermayenin kamusal habercilik olanaklarındaki rolünün’ ampirik olarak ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Bu bağlamda, araştırmadan elde edilen bulgular;

- 1) Gazetecilik mesleki pratiklerine, toplumsal dayanışma/iletişim ağlarının (sosyal sermayenin) katkısını,
- 2) Sosyal yapı içerisinde sürdürülen gazetecilik mesleğinde, sosyal sermaye gibi toplumsal değişkenlerin de dikkate alınması gerektiğini ortaya koyması açısından önem arz etmektedir.

Gazetecilik alanının sürekli olarak tartışmaların odağında kalarak yıpranması, ‘gazetecilik müessesesinin özerk yapısını nasıl muhafaza edebileceği?’ sorusunu sıklıkla gündeme getirmektedir. Bu durum, konuyla ilgili farklı bakış açıları ve analizleri gerektirmektedir. Ancak, Türkiye’de gazetecilik alanında toplumsal değişkenleri ve gazetecilik mesleğinin iç dinamiklerini ele alan araştırmaların görece sınırlı kaldığı değerlendirilmektedir. Bu duruma ek olarak sosyal sermaye, sosyal bilimlerin birçok disiplinde araştırma konusu olmasına rağmen, Türkiye’de yaklaşımı gazetecilik mesleği bağlamında ele alan ya da tartışmaya açan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenlerle araştırmanın, belirtilen alanlarda önemli bir boşluğu doldurması ve gelecek gazetecilik araştırmalarına katkı sağlaması beklenmektedir.

3.3. Yöntem

Çalışmada, gazetecilerin sosyal sermayeleriyle, mesleki sorumluluklarından biri olan kamusal habercilik arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Toplumsal dayanışma ağları olarak ele alınan sosyal sermaye, gazetecilerin mesleki pratiklerinde yararlandıkları kaynaklar olarak değerlendirilmekte ve sosyal sermayenin, gazetecilerin algıladıkları kamusal habercilik olanakları üzerindeki rolü araştırılmaktadır. Sonraki başlıklarda, çalışmanın amaçları doğrultusunda geliştirilen araştırma tasarımı aktarılacaktır.

3.3.1. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, gazetecilerin kamusal habercilik olanaklarında sosyal sermayenin rolünün incelenmesiyle sınırlandırılmıştır. Bu bakımdan; medya kuruluşunun yapısı, siyasal, ekonomik ve hukuki durum gibi gazetecilik pratiklerinde rolü bulunabilecek diğer değişkenler, saha araştırmasının uygulanabilirliğini oldukça güçleştirmesi nedeniyle araştırmaya dahil edilmemiştir.

Gazetecilik pratiklerinin incelenmesi ise, gazetecilerin ‘kamusal habercilik olanakları’ ve ‘kamusal haber üretimleri’ ile sınırlandırılmıştır. Gazetecilik pratiklerinin oldukça geniş bir yelpazede değerlendirilebilmesi ve çalışmanın dikkat çekmeye çalıştığı problem alanı dikkate alınarak, böyle bir sınırlandırmaya gidilmiştir.

3.3.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, Türkiye’de gazetecilik mesleğini sürdürenler oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (2015)’nin Radyo ve Televizyon Kurumları İstatistikleri’ ne göre, Türkiye’de 2015 yılı itibarıyla 16.885 televizyon, 2.725 radyo çalışanı bulunmaktadır. Basın İlan Kurumu (2018)’nin yayınladığı Basın Çalışanları İstatistikleri’ ne göre ise, 2018 yılı itibarıyla resmi ilan yayınlama hakkına haiz gazetelerde 8.683 fikir işçisi çalışmaktadır. Resmi veriler gazete, radyo ve televizyonlarda yaklaşık olarak 29.000 kişinin çalıştığını göstermektedir. Ancak bu çalışan sayısının içinde, gazeteci olmayanlarında yer aldığı belirtilmelidir. Ayrıca alanda kayıt dışı olarak çalışan/çalıştırılan çok sayıda gazeteci bulunmaktadır. Diğer yandan sigortalı olarak çalıştırılan birçok kişi, ilgili kanunlar çerçevesinde sigortalanmamaktadır. Sarı basın kartı sahipliği de tam sayının belirlenmesinde bir

gösterge olarak değerlendirilememektedir. Bu sayının içinde, aktif olarak gazetecilik yapmayan, hatta gazetecilikle ilgisi bulunmayan çok sayıda kişinin bulunduğu bilinmektedir. Bağımsız olarak faaliyetlerini sürdüren gazeteciler de hesaba katıldığında, tam sayı belirlenmemektedir.

İfade edilen güçlükler doğrultusunda, Türkiye’de gazetecilik mesleğini sürdürenlere ilişkin olarak, ancak yaklaşık bir tahmin vermek mümkün olmaktadır. Bu nedenle çalışmada; evren tahmini olarak 100 bin kişi olarak belirlenmiş ve kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. 0.05 anlamlılık düzeyinin sağlanması için 384 gazeteci araştırma örnekleme dahil edilmiştir. Örneklem grubun, gazetecilik faaliyetlerinin kapsamına göre (ulusal, bölgesel, yerel) dengeli bir dağılım göstermesine çalışılmıştır. Örneklemin temsil kabiliyetini arttırmak amacıyla; geleneksel/konvansiyonel medyanın en güçlü olduğu ve sayısal olarak en fazla gazetecinin çalıştığı İstanbul, Ankara ve İzmir illerine ağırlık verilmiş, diğer illerde gazetecilik yapan aktörler de örnekleme yer almıştır.

3.3.3. Araştırmada Kullanılan Testler

Çalışmanın uygulama bölümünde, yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Sosyal sermayenin ölçülmesi amacıyla geliştirilmiş olan nesnel ölçekler bulunması nedeniyle, uygulama kısmı için bu yöntem ve tekniğin kullanılması uygun bulunmuştur. Ayrıca ölçümler, gazetecilerin ürettikleri içeriklere değil, kamusal meselelere ilgili haber verme olanakları ve sosyal sermaye ölçeğinde yer alan anket sorularına verdikleri cevaplara dayanmaktadır.

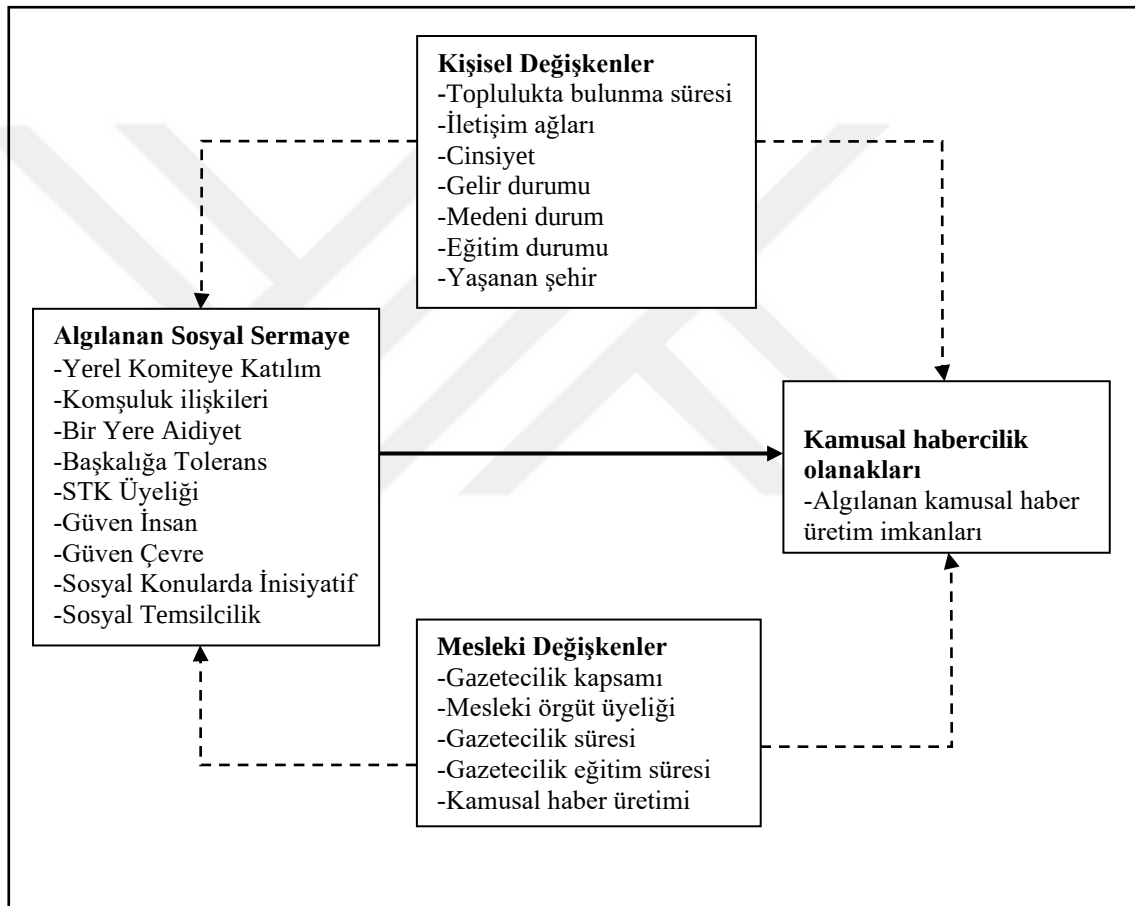
Elde edilen verilerin analizinde, %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır. Ayrıca çalışmada, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılmıştır. Kullanılan ölçeklerin ve alt boyutlarının çarpıklık değerleri 1,118 ile -0,611, basıklık değerleri ise 0,753 ile -0,863 arasında gerçekleşmiştir. Bu değerler normal dağılıma uymuş olup (George ve Mallery, 2010; Tabachnick ve Fidell, 2013), bu puanların bazı değişkenlere göre farklılık gösterme durumu parametrik olan test tekniklerinden t ve ANOVA testleri ile analiz edilmiştir. ANOVA testinde fark çıkması durumunda, farkı yaratan grubun belirlenmesi amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Sosyal sermaye, kamusal habercilik olanakları ve alt boyutları arasındaki ilişki Pearson Korelasyon Testi ile analiz edilmiştir. Sosyal sermayenin, kamusal habercilik olanaklarına etkisi regresyon testi ile analiz edilmiştir.

Bu bağlamda araştırma modeli, hipotezleri, araştırma soruları, bağımlı ve bağımsız değişkenlerin açıklanması ayrı başlıklar altında yapılacaktır.

3.3.4. Araştırma Modeli

Çalışma konusu ve amaçları doğrultusunda bir araştırma tasarımı belirlenmiştir. İlgili şekil aşağıda yer almaktadır.

Şekil 10. Araştırma Modeli



Araştırma tasarımı çerçevesinde, sosyal sermaye, kamusal habercilik olanaklarının bağımsız değişkeni olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda sosyal sermayenin alt boyutlarıyla birlikte kamusal habercilik olanakları üzerindeki etkisi araştırılmaktadır.

Diğer taraftan sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanaklarında bir takım kişisel ve mesleki değişkenlerin farklılaşmaya neden olabileceği düşüncesiyle, ilgili değişkenler araştırmaya dahil edilmiştir.

Araştırmada yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenlere ilişkin açıklamalara sonraki başlıkta yer verilmektedir.

3.3.5. Araştırma Değişkenleri ve Ölçüm

Araştırma tasarımına uygun olarak oluşturulan anket formunda, bağımlı-bağımsız değişkenler ile gazetecinin demografik ve mesleki özelliklerini ölçmeye yönelik olarak sorular oluşturulmuştur. Bu bağlamda çalışmanın bağımlı değişkeni “*algılanan kamusal habercilik olanakları*” şeklindedir. Bağımsız değişkenler ise *kişisel faktörler*, *mesleki değişkenler* ve *algılanan sosyal sermaye* şeklindedir. Bu değişkenler ve açıklamaları aşağıda verilmektedir.

3.3.5.1. Algılanan Sosyal Sermaye

Gazeteci aktörlerin algıladıkları sosyal sermayeyi ölçmeye yönelik, Onxy ve Bullen (2000) tarafından geliştirilen ve Ardahan (2012) tarafından Türk toplumuna geçerlilik ve güvenilirlik çalışması gerçekleştirilen Sosyal Sermaye Ölçeği kullanılmıştır. Orijinal ölçek 34 madde ve 12 faktörden oluşurken, Ardahan (2012, s. 774) yaptığı geçerlilik ve güvenilirlik çalışması sonucu ölçeğin 28 madde ve 9 faktör olarak yeniden yapılandırmıştır. Buna göre ilgili çalışmada kullanılan ölçekten ortaya çıkan ve bu araştırmada da kullanılan faktörler aşağıdaki gibidir (Ardahan, 2012, s. 780):

1. **Yerel Komiteye Katılım:** Gazeteci aktörün “içinde olduğu toplumda toplum dinamiklerini ve sosyal yaşamı olumlu etkileyecek formal veya informal yerel yönetime katılımı ifade eder.”
2. **Komşuluk İlişkisi:** Gazeteci aktörün “komşularıyla olan ilişkilerini ifade eder.”
3. **Bir Yere Aidiyet:** Gazeteci aktörün “çalıştığı, işyerine, okuduğu okula kendini ait hissetmesi, kendini oradaki ekibin bir parçası olarak görmesi ve kendini değerli görmesini ifade eder.”
4. **Başkalığa Tolerans:** Gazeteci aktörün; “kültürden, cinsel kimlikten, yaşam biçiminden, dini değerlerden ve diğer birçok faktörlerden kaynaklı kişisel farklılıklara toleranslı olma durumunu ifade eder.”
5. **STK Üyeliği:** Gazeteci aktörün “yerel yönetimde formal olarak bir sivil toplum kuruluşuna üyeliğini ve aktif rol almasını ifade eder.”
6. **Güven İnsan:** Gazeteci aktörün “yaşadığı sosyal çevredeki insanlara güvenmesini, onları güvenilir bulmasını ifade eder.”
7. **Güven Çevre:** Gazeteci aktörün “yaşadığı yerdeki mahalleyi, çevreyi güvenilir bulmasını ifade eder.”

- 8. Sosyal Konularda İnisiyatif:** Gazeteci aktörün “içinde bulunduğu toplumda başkalarını var sayması, onların fikirlerine önem vermesini, gerektiğinde sosyal yapı için inisiyatif almasını ifade eder.”
- 9. Sosyal Temsilcilik:** Gazeteci aktörün “kendi sorumluluğunda olmayan fakat içinde bulunduğu toplumda başkalarına ve çevreye verdiği değerden dolayı üstlendiği rolleri ve sorumlulukları ifade eder.”

Diğer yandan faktörlere ilişkin olarak kullanılan maddeler Tablo 10’da yer almaktadır.

Tablo 10. Sosyal Sermaye Ölçeğinde Kullanılan Maddeler

Yerel Komiteye Katılım	1. “Gönüllü olarak herhangi bir yerel çalışma grubunda yer aldınız mı?”
	2. “Son altı ayda, herhangi yerel bir toplumsal etkinliğe (okul korusu, mahalle korusu, el sanatları sergisi gibi) iştirak ettiniz mi?”
	3. “Son üç yıl içinde, herhangi bir acil müdahale için yerel komite (toplum/cemiyet?) hareketine dahil oldunuz mu?”
	4. “Son üç yıl içinde, yakın çevredeki toplumsal bir projede gönüllü olarak görev aldınız mı veya çalışmaya destek oldunuz mu?”
	5. “Gençlik merkezleri, izci merkezleri, çocuk bakımı ve engellilerin eğlendirilmesi gibi bir organizasyonda kendi isteğinizle çalıştınız mı?”
Komşuluk İlişkileri	6. “İhtiyaç duyduğunuzda komşularınızdan yardım ister misiniz?”
	7. “Varsayın ki çocuk bakıyorsunuz ve acil olarak dışarı çıkmanız gerekti, komşunuzdan yardım ister miydiniz?”
	8. “Geçtiğimiz hafta herhangi bir komşunuzu ziyaret ettiniz mi, onunla yakından ilgilendiniz mi?”
	9. “Alışverişe gittiğinizde komşularınızla veya tanıdıklarınıza rastlamak sizi mutlu eder mi?”
	10. “Geçtiğimiz altı ay içinde, hasta bir komşunuza iyilik ettiniz mi?”
Bir Yere Aidiyet	11. “Toplumun size gereken değeri verdiğine inanıyor musunuz?”
	12. “Çalıştığınız işyerinde kendinizi yaşadığınız toplumun bir parçası olarak hissediyor musunuz?”
	13. “İş arkadaşlarınızla aynı zamanda iş dışında görüştüğünüz arkadaşlarınız mı?”
	14. “İşyerinde kendinizi bir takım üyesi olarak görüyor musunuz?”
Başkağa Tolerans	15. “Farklı kültürlerden gelenlerin yaşadığınız yeri zenginleştirdiğini düşünüyor musunuz?”
	16. “Farklı yaşam biçimleri olan kişiler arasında yaşıyor olmak hoşunuza gidiyor mu?”

STK Üyeliği	17. “Spor, el sanatları veya sosyal kulüp ve dernekler gibi herhangi yerel bir kulübün veya derneğin aktif üyesi misiniz?”
	18. “Herhangi yerel bir kulübün veya derneğin yönetim veya organizasyon komitesinde aktif üyesi misiniz?”
Güven İnsan	19. “Çoğu insanların güvenilir olduğuna inanıyor musunuz?”
	20. “Eğer birilerinin arabası evinizin önünde bozulursa, onu telefonu kullanmak için evinize davet eder misiniz?”
	21. “İçinde olduğunuz toplumu aileniz gibi güvenli hisseder misiniz?”
Güven Çevre	22. “Hava karadıktan sonra, oturduğunuz mahallede yürürken kendinizi güvende hissediyor musunuz?”
	23. “Yaşadığımız mahalle, bölge güvenilir bir yer olarak bilinir mi?”
Sosyal Konularda İnisiyatif	24. “Herhangi bir önemli kararı vermek için bilgiye ihtiyacınız olduğunda, bilgiyi nereden bulacağınızı biliyor musunuz?”
	25. “Herhangi bir komşunuzla köpek, siyasi nedenler veya ortak alanları kullanmak gibi konularda uyuşmazlığa düştüğünüzde, uzlaşmacı bir tavır ortaya koymaya istekli olur musunuz?”
	26. “Çalıştığımız ortamda, size sorulmasa veya söylenmese bile gerektiğinde yapılması gerekenler için inisiyatif alır mıydınız?”
Sosyal Tensilcilik	27. “Halka açık yerlerde diğer insanların bıraktığı çöpleri hiç topladınız mı?”
	28. “Geçtiğimiz hafta iş arkadaşınıza (veya hayatınızdaki herhangi bir kişiye) iş tanımınızda yer almayan (sizin sorumluluğunuzda olmayan) bir konuda yardım ettiniz mi?”

Not: Tablo 10, Ardahan (2012) tarafından gerçekleştirilen çalışmadaki veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

Ölçek maddeleri, referans çalışmaya uygun olarak değerlendirilmiştir. Buna göre 4’lü Likert ölçeğinden faydalanılmıştır. İfadelere ilişkin cevaplar; “1- Kesinlikle Hayır”, “2- Sıklıkla Hayır”, “3- Sıklıkla Evet”, “4-Kesinlikle Evet” şeklindedir. Ardahan tarafından (2012, s. 773), ilgili çalışmada ölçeğin “yeni hali ile Cronbach's Alpha katsayısı 0.711” şeklinde ifade edilmektedir. Ayrıca bu haliyle ölçeğin istatistiki açıdan yeterli ve güvenilir olduğu vurgulanmaktadır. Bu çalışmada kullanılan Sosyal Sermaye Ölçeği’nin güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) ise, 0,821 olarak hesaplanmıştır.

Sosyal sermaye, çalışma modeli çerçevesinde, kamusal habercilik olanakları bakımından bağımsız değişken olarak ele alınırken, mesleki ve kişisel değişkenler bakımından ise bağımlı değişken olarak incelenmiştir.

3.3.5.2. Mesleki Değişkenler

Araştırma modeli çerçevesinde ele alınan bir diğer unsur, “mesleki değişkenler” olarak belirlenmiştir.

Gazetecilik faaliyetlerinin kapsamı; **ulusal, bölgesel ve yerel medya** olarak sınıflandırılmıştır. Gazetecilik faaliyetlerinin kapsamı ile sosyal sermaye arasında bir ilişkinin olup olmadığının araştırılması amacıyla bu değişken kullanılmaktadır.

Bölgesel ya da yerel medya çalışanlarının, yerel gazeteciliğin doğası ve amaçları gereği hizmet ettiği toplulukla daha fazla iç içe olması söz konusudur. Dolayısıyla yerel ve bölgesel çapta çalışan gazetecilerin, sosyal sermaye bakımından farklılaşabileceği değerlendirilmektedir (Wallacak, 2000; Stevens vd., 2006; Metzgar, Kurpius ve Rowley, 2011; Richards, Chia ve Bowd, 2011; Richards, 2012; Washburn ve Raynauld, 2016) Bu nedenle, yerel, bölgesel ve ulusda çalışan gazetecilerin sosyal sermayeleri ve kamusal habercilik olanaklarında farklılaşma bulunup bulunmadığı araştırılmaktadır.

Bu kategorideki bir diğer değişken, **mesleki örgüt üyeliği** şeklindedir. Sosyal sermaye yaklaşımı, toplum/topluluk bağlarının ele alınmasında dernekler gibi sivil toplum örgütlenmelerinin önemli olduğunu göstermektedir (Putnam, 2000; Karagül, 2012; Kitapçı, 2017; Cenker Özek, 2018). Bu bakımdan sosyal sermaye ölçeğine ek olarak, gazetecilerin üyesi oldukları mesleki örgüt (gazetecilik dernekleri, cemiyetleri vb.) sayısı sorulmuştur.

Gazetecilik deneyimi, gerek sosyal sermaye birikimi açısından gerekse mesleki pratiklerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli altyapıyı sağlamaktadır (O’Conner ve Dillingham, 2014; Yang, 2016). Mesleki değişkenler içerisinde **gazetecilik süresi** de önemli bir yer tutmaktadır. Mesleki deneyime bağlı olarak, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanaklarında değişim beklenmektedir.

Eğitimin, sosyal sermayenin genişletilmesi için olumlu bir etkisi bulunmaktadır. Diğer taraftan gazetecilikle ilgili alınan eğitimin, sosyal sermaye açısından faydalı olabileceği tahmin edilmektedir (Lowrey ve Becker, 2004; Kawamoto, 2013; Yang, 2016). Bu nedenle sahada çalışan gazetecilerin, **gazetecilikle ilgili eğitim süreleri** diğer bir değişken olarak çalışma kapsamına alınmıştır.

Araştırmanın bir diğer mesleki değişkeni, **kamusal haber üretimi** olarak değerlendirilmiştir. Bu anlamda gazeteci aktörlerin **kamusal haber üretim sayıları** ve **üretim sıklıkları** tespit edilmeye çalışılmaktadır. İlgili değişken açısından, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanaklarında farklılaşma olup olmadığı analiz edilmektedir.

3.3.5.3. Kişisel Değişkenler

Gerek sosyal sermaye gerekse kamusal habercilik olanakları üzerinde birtakım kişisel faktörlerin de etkisi bulunup bulunmadığı araştırılmaktadır. Bunlar; **toplulukta bulunma süresi, kişisel ilişkiler ve diğer demografik değişkenler** şeklinde belirlenmiş ve sosyal sermaye ile kamusal habercilik olanakları bakımından farklılaşmaya neden olup olmadıkları araştırılmıştır. Bu değişkenlerin ölçülmesinde, Yang (2016)'ın çalışmasından faydalanılmış, ayrıca kimi değişkenler araştırmaya eklenmiştir.

Şehirde yaşama süresi, çevreyle olan ilişkilerin gelişmesi ve sosyal sermaye inşası açısından en önemli unsurlardan biridir (Yang, 2016). Bu süre arttıkça hem sosyal sermaye düzeyinin hem de kamusal habercilik olanaklarının arttığı varsayılmaktadır. Bu nedenle gazeteci aktörlerin, şu an yaşadıkları şehirde kaç yıldır bulunduklarını araştırılmıştır.

Gerek gazetecilik pratikleri açısından gerekse sosyal sermaye açısından son derece belirleyici olan bir diğer unsur **iletişim ağlarıdır**. Güçlü kişisel ilişkilere sahip olanların çeşitli kaynaklara erişimi kolaylaşmaktadır (Sum; Mathews; Pourghasem vd., 2008; Kadushin, 2012; Yang; 2016). Diğer yandan bu ilişkiler, birer sosyal sermaye kaynağı olarak değerlendirilebilir. Bu çalışmada kişisel ilişkiler, sosyal bağlantılar bağlamında ele alınmıştır. Kişisel bağlantıların gücünü ölçmek amacıyla, katılımcılara dört toplumsal grup (aile, arkadaşlar, meslektaşlar ve komşular) ile ne kadar yakın oldukları (5=Çok yakınız, 1=Hiç Görüşmeyiz), yüz yüze ve telefonla ne sıklıkla görüştükleri (1=Hiç, 7=Her gün) sorulmuştur. Ayrıca katılımcıların, bu gruplardan rutin olarak iletişimde olduğu kişilerin sayısını belirtmeleri istenmiştir.

Gazeteci aktörlerin, sosyal çevrelerinden mesleki pratiklerinde ne ölçüde yararlandıkları araştırılmıştır. **Kişisel bağlantıların haber kaynağı olarak kullanımını** ölçmek

amacıyla gazeteci aktörlerin, yukarıda belirtilen dört sosyal grubu mesleki pratiklerinde ne ölçüde kullandıkları araştırılmıştır. Bu amaçla “tanıdığınız insanlardan kaç, haber üretiminde kullanabileceğiniz yararlı bilgiler sağlamaktadır?” sorusu yöneltilmiştir.

Tüm bunların yanında, gazetecilerin bazı demografik özelliklerine göre sosyal sermayeleri ve kamusal habercilik olanaklarındaki değişimlerin izlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla gazetecilerin **cinsiyet, gelir durumu, medeni durum, eğitim durumu** ve **yaşadıkları şehirler** araştırma değişkenlerine dahil edilmiştir.

3.3.5.4. Algılanan Kamusal Habercilik Olanakları

Kamusal gazetecilik ya da toplum yanlısı gazetecilik uygulamalarına ilişkin açıklamalara ikinci bölümde yer verilmişti. Bu bağlamda kamusal gazetecilik vurgusu, halkın sorunlarını ve kamusal meseleleri gündeme getirme, gündemde tutma ve çözümüne katkıda bulunma anlayışına yaslanmaktadır. Yani kamusal gazetecilik, kamu yararına yapılan gazeteciliktir. Dolayısıyla gazetecilerin “kamusal habercilik olanakları” onların özgün kamusal haberler üretebilme olanakları-özgürlüklerine ilişkin algılamalarıdır. Bu bağlamda, kamusal gazetecilik resmi kaynaklardan elde edilen bilgileri kamuoyuna duyuran, eşik bekçisi olarak işlev gören, bir topluluğun/toplumun yararına haberler sunan anlayış olarak tanımlanabilir.

Gazetecilerin kamusal haber üretme olanakları, “algıladıkları kamusal haber üretme imkanları” üzerinden ölçülmüştür. Bu ölçüm ile ilgili olarak Yang (2016) tarafından kullanılan ifadelerden yararlanılmıştır. Kamusal habercilik olanak/özgürlüklerine ilişkin algılamaları ölçmek için, çeşitli kaynakları kamu yararına haberler üretirken ne düzeyde kullanabildiklerini ifade etmeleri istenmiştir. Bu sorular toplumdaki olay, sorun veya kişiler hakkında kamu yararı taşıyan haber yaparken engelleme, kısıtlama veya kaynaklara erişim gibi durumların söz konusu olup olmadığını araştırmaktadır. İfade edilen sorular aşağıdaki gibidir:

1. “Yaşadığım toplumdaki sorunları haber yapabiliyorum.”
2. “Toplumu ilgilendiren geniş çaplı olay ve gelişmeleri haber yapabiliyorum.”
3. “Kamu görevlileri hakkında haber yapabiliyorum.”
4. “Kamu projeleri hakkında haber yapabiliyorum.”
5. “Kamusal sorunları haber yapabiliyorum.”
6. “Kamu politikalarıyla ilgili haber yapabiliyorum.”

7. “Yaşadığım bölgedeki işletmeler hakkında haber yapabiliyorum.”
8. “Çalıştığım bölgedeki kamu görevlilerinin sözlerini aktarabiliyorum.”
9. “Çalıştığım bölgedeki iş adamlarının sözlerini aktarabiliyorum.”
10. “Çalıştığım bölgedeki sivil toplum örgütlerinin temsilcilerini sözlerini aktarabiliyorum.”
11. “Çalıştığım bölgedeki sorunlar hakkında uzman görüşlerine başvurabiliyorum.”
12. “Çalıştığım bölgedeki siyasi meseleleri insanlara açıklayan haberler yapabiliyorum.”
13. “Çalıştığım bölgedeki resmi yetkililerin sevmeyebileceği, ancak halkın bilmesi gereken olayları haber yapabiliyorum.”

Gazetecilere yukarıdaki ifadelerle ne ölçüde katıldıkları, 5 noktalı Likert tipi ölçek kullanılarak sorulmuştur. Buna göre ölçek noktaları; 1=Çok zor, 2=Zor, 3=Ne zor ne kolay 4=Kolay 5=Çok kolay şeklinde belirlenmiştir. İlgili ifadelerle yapılan analizlerde, güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,872 olarak hesaplanmıştır.

3.3.5.6. Araştırma Soruları ve Hipotezler

Araştırma çerçevesinde ele alınan sorular ve hipotezler, daha önce sunulan araştırma modeli çerçevesinde yapılandırılmıştır. Bu bakımdan çalışmada yer alan araştırma soruları ve hipotezlere aşağıda yer verilmektedir.

*AS.1: Gazetecilerin **mesleki değişkenlerindeki farklılıklara** göre algıladıkları sosyal sermayelerinde ve kamusal habercilik olanaklarında bir farklılaşma bulunmakta mıdır?*

İlk araştırma sorusu çerçevesinde, belirlenen mesleki değişkenler açısından sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanaklarında birtakım farklılaşmalar beklenmektedir. İlgili değişkenler açısından, böyle bir farklılaşmanın bulunup bulunmadığı, çalışma kapsamında araştırılmaktadır.

*AS2: Gazetecilerin **kişisel değişkenlerindeki farklılıklara** göre algıladıkları sosyal sermayelerinde ve kamusal habercilik olanaklarında bir farklılaşma bulunmakta mıdır?*

İkinci araştırma sorusuna göre, gazetecilerin kişisel değişkenlerindeki farklılaşmalarına göre, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanaklarında değişim beklenmektedir.

Sosyal sermaye, bireylerin sahip oldukları ilişkilere ve bu ilişkilerin kendilerine sağladığı avantajlara gönderme yapan (Baker, 1990; Bourdieu ve Wacquant, 1992; Burt, 1992; Belliveau, O'Reilly ve Wade, 1996; Portes, 1998; Knoke, 1999; Lin, 2010) ya da yaşanılan bölgedeki komşuluk ilişkilerinden yardımlaşma düşüncesine, sivil toplum kuruluşlarından dernekleşme faaliyetlerine kadar bir dizi işbirliği ilişkileri ağının bireylere ya da topluluğa sağladığı katkıları ifade eden bir kaynak (Coleman, 1990; Fukuyama, 1995; Putnam, 1995; Thomas, 1996; Brehm ve Rahm, 1997) olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, sosyal sermayenin gazetecilerin mesleki pratiklerinde önemli bir kaynak olarak değerlendirilebileceği anlaşılmaktadır. Bilhassa, gazetecilerin gerekli bilgiye ulaşabilmeleri açısından sosyal sermayenin çeşitli kaynaklara erişimi kolaylaştırabileceği (Bourdieu, 1986; Portes, 1998; Lin, 2010; Yang, 2016; Olgun; 2019) ve bunun kamusal habercilik olanaklarına olumlu anlamda yansıtacağı düşünülmektedir. Bu nedenle, aşağıdaki hipotezlerin sınanması amaçlanmaktadır.

H1: Sosyal sermaye ve alt boyutları ile kamusal habercilik olanakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Sosyal sermayenin ve alt boyutlarının kamusal habercilik olanakları üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

Bu çalışmada, ilk iki bölümde yapılan literatür incelemesi doğrultusunda, sosyal sermayenin gazetecilik pratikleri üzerinde bazı etkilerinin söz konusu olması beklenmektedir. Bu etkilerin araştırılmasında gazeteciliğin temel sorumlulukları arasında yer alan kamusal habercilik anlayışı temel alınarak, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanakları arasındaki ilişki araştırılmaktadır.

Sosyal sermaye ve onun göstergeleri olarak kabul edilen unsurlar, toplum ile güçlü bağlar kurmayı, bireyin kendini yaşadığı toplum/topluluğa ait hissetmesini kolaylaştırmaktadır. Gazetecilik bağlamında, alanda faaliyet gösteren gazeteci aktörlerin sosyal sermayeleri bu düzlemde önem kazanmaktadır. Çalışmada sosyal sermaye unsurları, gazetecilerin kendilerini yaşadıkları toplum/topluluğa ait hissetmelerinin ve ona karşı sorumlu hareket etmelerinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Gazeteciliğin sorumluluklarının temelinde; kamusal yararı gözeten, toplum faydasına gazetecilik yapmak ve bu türden haberleri halkın bilgisine sunmak bulunmaktadır. Bu

gerekçeyle, ifade edilen araştırma sorularının cevaplanması ve kurulan hipotezlerin sınanması amaçlanmaktadır.

3.4. Bulgular ve Yorum

Uygulama kısmında elde edilen verilerin betimlenmesi ve önceki başlıklarda belirtilen araştırma soruları ile hipotezlerin sınanması bu başlık altında ele alınmaktadır. Öncelikle deneklerin mesleki ve kişisel değişkenlerle ilgili dağılımlarıyla betimleyici istatistikler incelenecek, sonrasında araştırma kapsamındaki hipotez ve ilişkilere ilişkin analizlere yer verilecektir.

3.4.1. Gazetecilerin Bazı Demografik ve Mesleki Özellikleri

Gazetecilerin aylık gelir dağılımı incelendiğinde (Tablo 11), katılımcıların yüzde 36,2'sinin (139 kişi) 3001TL-4000TL aralığında aylık ortalama gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu oranı yüzde 28,6 ile (110 kişi) 2001-3000TL aralığında aylık ortalama gelire sahip olanlar izlemektedir. Bu bağlamda katılımcıların büyük çoğunluğunda gelir dağılımı bakımından ciddi bir fark bulunmadığı anlaşılmaktadır.

Üçüncü sırada yüzde 21,4 (82 kişi) ile 4001-5000TL aralığında aylık ortalama gelire sahip olanlar yer almaktadır. Katılımcıların yüzde 12,5'i (48 kişi) ise 1001-2000TL aralığında aylık ortalama gelire sahiptir. 1000TL'nin altında ortalama gelire sahip olanlar (yüzde 0,5/2 kişi) ve 5000TL'nin üzerinde kazananlar (yüzde 0,8/3 kişi) ise örneklem grup içinde çok küçük bir oranı temsil etmektedir.

Katılımcıların cinsiyet dağılımları incelendiğinde (Tablo 11) ise erkek katılımcıların kadınlara göre araştırma örnekleminde daha fazla yer aldığı anlaşılmaktadır. Buna göre kadın katılımcılar örneklem grubun yüzde 41,7'sini (160 kişi) oluşturmaktadır. Erkek katılımcılar ise 224 kişiyle örneklem grupta yaklaşık yüzde 58 oranında bulunmaktadır.

Medeni durum (Tablo 11) açısından hemen hemen dengeli bir dağılım sergilenmektedir. Evli katılımcıların oranı yüzde 52,6 (202 kişi) iken bekarların oranı yüzde 47,4 (182 kişi) şeklindedir.

Örneklemin öğrenim durumları değerlendirildiğinde (Tablo11), gazetecilerin ağırlıklı olarak lisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların yüzde 72,7'si (279 kişi) gibi önemli bir kısmı lisans düzeyinde eğitim aldığını ifade etmiştir. Öğrenim durumları

açısından ikinci önemli durum ise yüksek lisans mezunlarının oranıdır. Katılımcıların yüzde 18'i (69 kişi) yüksek lisans düzeyinde eğitim aldığını ifade etmektedir. İlkokul, ortaokul ve lise mezunlarının örneklem grup içindeki toplam oranı ise yüzde 9,3 şeklindedir.

Tablo 11. Kişisel Değişkenlerin Dağılımı

		n	%
Aylık ortalama geliriniz?	1TL-1000TL	2	,5
	1001TL-2000TL	48	12,5
	2001TL-3000TL	110	28,6
	3001TL-4000TL	139	36,2
	4001TL-5000TL	82	21,4
	5001TL ve üstü	3	,8
Cinsiyetiniz	Kadın	160	41,7
	Erkek	224	58,3
Medeni Durumunuz?	Evli	202	52,6
	Bekar	182	47,4
Öğrenim durumunuz	İlkokul	9	2,3
	Ortaokul	5	1,3
	Lise	22	5,7
	Lisans	279	72,7
	Yüksek Lisans	69	18,0
	Doktora	0	0,0
Yaşadığınız şehir	İstanbul	125	32,6
	Ankara	64	16,7
	İzmir	44	11,5
	Samsun	26	6,8
	Kayseri	29	7,6
	Antalya	21	5,5
	Konya	24	6,3
	Bursa	11	2,9
	Tekirdağ	25	6,5
Kaç yıldır bu şehirde yaşıyorsunuz?	Diğer	15	3,9
	10 yıldan az	106	27,6
	10-19 yıl	121	31,5
	20-29 yıl	74	19,3
	30 yıl ve daha fazla	83	21,6

Araştırmaya dahil olan gazetecilerin yaşadıkları şehirlere göre dağılım incelendiğinde (Tablo 11), en fazla katılımın İstanbul'dan (yüzde 32,6) gerçekleştiği görülmektedir. İstanbul, Türkiye'de gazeteciliğin en önemli merkezini oluşturduğu için örneklem içerisinde bu ilde yaşayan gazetecilere ağırlık verilmiştir. Örneklem içerisindeki ikinci yüksek orana sahip şehir ise Ankara'dır. Katılımcıların yüzde 16,7'si (64 kişi) Ankara'da yaşamaktadır. İzmir ise gazetecilerin yaşadıkları illere göre dağılımında yüzde 11,5 (44 kişi) ile üçüncü sırada bulunmaktadır. Bu üç şehre basın alanındaki gelişmişlikleri nedeniyle örneklem içerisinde özellikle ağırlık verilmiştir. Örnekleme giren gazetecilerin yaşadığı diğer iller; Samsun, Kayseri, Antalya, Konya, Bursa, Tekirdağ şeklindedir. Bu illerde bulunan katılımcıların oranları birbirine oldukça yakındır. Ayrıca katılımcıların yüzde 3,9'u Türkiye'nin diğer illerinden araştırmaya dahil olmuştur. Bu katılımcılar, sınıflandırma yapmaya uygun olmayan biçimde dağılım gösterdiklerinden 'diğer' başlığı altında toplanmıştır.

Sosyal sermaye literatürü ile bağlantılı olarak, gazetecilere şu an bulundukları şehirde ne kadar süredir yaşadıkları da sorulmuştur. Bu soruya verilen cevapların dağılımı incelendiğinde (Tablo 11), katılımcıların yüzde 10,7'lik (41 kişi) kısmının beş yıl veya daha az bir süredir bulundukları ilde ikamet ettikleri anlaşılmaktadır. Bulundukları şehirde 6 ila 10 yıldır ikamet edenlerin oranı ise yüzde 24 (92 kişi) ile en yüksek orana sahiptir. Katılımcıların yaklaşık olarak yüzde 37'si (144 kişi) 11 ila 25 yıldır belirttikleri şehirlerde yaşamaktadır. Yine yaklaşık olarak katılımcıların yüzde 28'i (107 kişi) yaşadıkları şehirde 26 yıldan fazla zamandır ikamet ettiklerini belirtmiştir.

Tablo 12 incelendiğinde, gazetecilerin bazı mesleki değişkenleriyle ilgili dağılımları görülmektedir. Buna göre araştırmaya katılan gazetecilerin yüzde 3,9'u (15 kişi) hiçbir gazetecilik eğitimi almadığını ifade ederken, yüzde 41,7'si dört yıllık bir mesleki eğitim aldıklarını ifade etmektedir. Bunun yanı sıra yüzde 20,1'lik bir katılımcı grup (77 kişi) 'bir yıldan kısa süreli', yüzde 30,7'lik bir diğer grup (118 kişi) ise 'iki yıllık' gazetecilik eğitimi aldıklarını ifade etmiştir. Altı yıl ve daha fazla gazetecilik eğitimi aldığını ifade edenlerin oranı ise yüzde 3,6 (14 kişi) şeklindedir.

Gazetecilik yapma süresi de Tablo 12 içerisinde yer almaktadır. Buna göre katılımcıların yüzde 32,6'sı (125 kişi) 6 ila 10 yıl aralığında bir süredir gazetecilik yaptıklarını belirtmektedir. Bir yıldan az zamandır gazetecilik yaptığını belirtenlerin

oranı ise yüzde 15,1 (58 kişi) şeklindedir. 11 yıl ve daha fazla süredir gazetecilik yaptığını belirten katılımcıların ağırlığı ise yaklaşık yüzde 27'dir (104 kişi).

Tablo 12 içerisinde yer alan bir diğer dağılım gazetecilik faaliyetlerinin kapsamıdır. Gazetecilik faaliyetlerinin kapsamı ulusal, bölgesel ve yerel olmak üzere üç başlık altında kategorize edilmiştir. Buna göre ulusal çapta gazetecilik faaliyetleri yürüten katılımcılar örneklem grubun yüzde 27,3'ünü (105 kişi) oluşturmaktadır. Bölgesel çapta gazetecilik yapan katılımcıların oranı yüzde 43,0 (165 kişi) şeklindedir. Yerel gazetecilik yapanlar ise 114 kişiyle yüzde 29,7'lik orana sahiptir.

Tablo 12. Mesleki Değişkenlerin Dağılımı

		n	%
Gazetecilikle ilgili herhangi bir eğitim aldıysanız, toplam eğitim süreniz	Hiç almadım	15	3,9
	1 yıldan kısa süreli	77	20,1
	2 yıl	118	30,7
	4 yıl	160	41,7
	6 yıl ve daha fazla	14	3,6
Kaç yıldır gazetecilik yapmaktasınız?	1 yıldan az	58	15,1
	1-5 yıl	97	25,3
	6-10 yıl	125	32,6
	11-15 yıl	56	14,6
	16-20 yıl	28	7,3
	21 yıl ve daha fazla	20	5,2
Gerçekleştirdiğiniz gazetecilik faaliyetlerinin kapsadığı alan	Ulusal	105	27,3
	Bölgesel	165	43,0
	Yerel	114	29,7
Gazetecilikle ilgili üyesi bulunduğunuz mesleki örgütlenme (dernek, cemiyet, sendika ve benzeri) sayısını belirtiniz	Sıfır	269	70,1
	Sadece 1	109	28,4
	2	5	1,3
	3	1	,3
Çalıştığınız medya kuruluşu	Özel Sektör/Ticari	350	91,1
	Kamu/Devlet	3	,8
	Kar Amacı Gütmeyen/Alternatif	1	,3
	Serbest Çalışıyorum	30	7,8

Ayrıca gazetecileri üyesi oldukları gazetecilikle ilgili mesleki örgütlenmelerin (cemiyet, dernek, sendika vb.) sayısı araştırılmıştır. Bu dağılımlar incelendiğinde gazetecilerin oldukça büyük bir oranda (yüzde 70,1 ile 269 kişi) herhangi bir mesleki örgütlenmeye

üye olmadıklarını belirttikleri görülmektedir. Katılımcıların yüzde 28,4'ü (108 kişi) ise *sadece bir* mesleki örgütlenmenin üyesi olduklarını belirtmiştir. *İki ve üstü* sayıda mesleki örgütlenmeye üye olduğunu belirtenlerin oranı ise sadece yüzde 1,6 (5 kişi) şeklindedir (Tablo 12).

Tablo 13. Gazetecilik Faaliyetlerinin Gerçekleştirildiği Mecralar

	n	%
Yazılı Basın/Gazete	126	32,8
Televizyon	176	45,8
Gazetecilik faaliyetlerinizi gerçekleştirdiğiniz mecraları işaretleyiniz	22	5,7
İnternet	77	20,1
Haber Ajansı	33	8,6

Tablo 13 gazetecilerin çalıştıkları medya tipine göre dağılımını göstermektedir. Buna göre katılımcıların 126'sı yazılı basında görev yapmaktadır. 176 kişi ise televizyon çalışanıdır. Katılımcıların 77'si ise internet üzerinden gazetecilik faaliyetlerini gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. 33 kişi haber ajanslarında, 22 kişi ise radyolarda görev yaptıklarını ifade etmiştir. Gazetecilerin aynı anda birden fazla mecrada görev yapmaları sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Bu nedenle n sayısının toplamının örneklem sayısını aştığı görülmektedir.

Tablo 14. Gazetecilik Faaliyetlerinde Üstlenilen Görev/Pozisyon

	n	%
Genel Yayın yönetmeni	31	8,1
Editör	149	38,8
Muhabir	147	38,3
Sunucu	29	7,6
Köşe Yazarı	50	13,0
Diğer	49	12,8

Çalışılan medya kuruluşlarında üstlenilen görevler incelendiğinde, 149 gazetecinin *editörlük* (%38,8), 147 gazetecinin *muhabirlik* (38,3) görevlerini yürüttüğü anlaşılmaktadır. 50 kişi *köşe yazarlığı* (%13) seçeneğini işaretlemiştir. Üst pozisyonlardan olan *genel yayın yönetmenliği* 31 kişi (%8,1) tarafından işaretlenmiştir. Ayrıca 29 gazeteci (%7,6) *sunuculuk* görevi üstlendiğini belirtmektedir. Medya kuruluşlarında diğer bazı pozisyonlarda bulunduğunu belirten 49 kişi (%12,8) bulunmaktadır. Yine gazetecilerin aynı anda birden fazla görev üstlenmeleri sıklıkla

karşılaşılan bir durumdur. Bu nedenle ‘n’ sayısının toplamının örneklem sayısını aştığı görülmektedir (Tablo 14).

Tablo 15. Gazetecilerin Uzmanlaşma Alanları

	n	%
Siyaset	128	33,3
Eğitim	66	17,2
Spor	128	33,3
Bilim/Teknoloji	59	15,4
Kültür/Sanat	135	35,2
Gazetecilikte özellikle uzmanlaştığınız alan ya da alanlar	Sağlık	38 9,9
	Adliye/Hukuk	26 6,8
	Dış Politika	15 3,9
	Ekonomi	39 10,2
	Magazin	66 17,2
	Çevre	35 9,1

Gazetecilerin çeşitli uzmanlaşma alanları da çalışma kapsamında araştırılmıştır (Tablo 15). Buna göre 135 kişi ile en fazla işaretlenen uzmanlaşma alanı *kültür/sanat haberciliği* olmuştur. İkinci sırayı ise 128’er kişi ile *siyaset* ve *spor* alanları paylaşmaktadır. En düşük katılım sergilenen uzmanlaşma alanının ise 15 kişi ile *dış politika* alanı olduğu anlaşılmaktadır. (Uzmanlaşma alanlarının birden fazla olması nedeniyle katılımcıların birden fazla seçenek işaretlemesine izin verilmiştir. Bu nedenle *n sayısı* toplamı belirtilen örneklem büyüklüğünden ve yüzdelik dilimler toplamı yüzde 100’den fazladır.)

Araştırmaya katılan gazetecilerin son bir ayda hangi sıklıkta ve sayıda kamusal haber ürettikleri sorulmuştur. Üretim sıklığı bakımından (Tablo 16), gazetecilerin yüzde 28,9’u (76 kişi) haftada bir böyle bir içerik ürettiklerini ifade etmiştir. Katılımcıların yüzde 27’si (71 kişi) ise ayda bir kamusal haber ürettiğini belirtmiştir. Son bir ayda hiç kamusal haber üretimi yapmadığını belirtenlerin oranı ise yüzde 7,6’dır (20 kişi). Her gün kamusal haber üretimi yapan gazetecilerin oranı ise yüzde 11,4 (30 kişi) şeklindedir. (İlgili soruyu cevaplayan katılımcıların sayısı 263’tür. Bu soruda 121 kişilik bir kayıp veri söz konusudur.)

Tablo 16. Kamusal Haber Üretim Sıklığı ve Sayısı

		n	%
Son bir aylık mesleki rutininizi düşündüğünüzde, ürettiğiniz kamusal haber ya da benzeri içerik (köşe yazısı, röportaj, söyleşi vb.) sıklığı	Hiç	20	7,6
	Her gün	30	11,4
	2-4 günde bir	25	9,5
	Haftada bir	76	28,9
	İki haftada bir	41	15,6
	Ayda bir	71	27,0
Son bir aylık mesleki rutininizi düşündüğünüzde, ürettiğiniz kamusal haber ya da benzeri içerik sayısı	Sıfır	86	22,4
	Sadece 1	65	16,9
	2-7	151	39,3
	8-14	42	10,9
	15-22	25	6,5
	23-31	10	2,6
	32 ve üstü	5	1,3

Kamusal haber üretim sayısı bakımından ise gazetecilerin yüzde 39,3'ü (151 kişi) 2-7 arası kamusal haber ürettiklerini belirtmiştir. Katılımcıların yüzde 22,4'ü (86 kişi) ise son bir ayda hiçbir kamusal haber üretimi yapmadıklarını ifade etmiştir. 15 ve daha fazla sayıda kamusal haber üretimi yaptığını belirtenler ise oldukça düşük (yaklaşık yüzde 10) bir dağılım sergilemiştir (Tablo 16).

Tablo 17. Sosyal Çevreyle Yakınlık Derecesi

	Hiç ilişkimiz yok		Uzağız		Ne yakınınız ne uzağız		Yakınız		Çok yakınınız	
	N	%	n	%	N	%	n	%	n	%
Aileniz	0	0,0	0	0,0	4	1,0	86	22,4	294	76,6
Arkadaşlarınız	1	0,3	1	0,3	97	25,3	172	44,8	113	29,4
Meslektaşlarınız	2	0,5	8	2,1	95	24,7	213	55,5	66	17,2
Komşularınız	33	8,6	82	21,4	144	37,5	103	26,8	22	5,7
Diğer	5	3,8	12	9,0	21	15,8	44	33,1	51	38,3

Gazetecilere sosyal çevrelerine ilişkin birtakım sorular da yöneltilmiştir. Gazetecilerin 'aile', 'arkadaşlar', 'meslektaşlar', 'komşular' ve 'diğer' olmak üzere beş sosyal grupta yakınlık derecelerini belirtmeleri istenmiştir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun aile ilişkilerini çok güçlü şekilde (%76,6) tanımladıkları anlaşılmaktadır. Yine arkadaş çevresi (yakınız=%44,8, çok yakınınız=29,4) ve meslektaşlarla (yakınız=%55,5, çok yakınınız=%17,2) yakın ilişki içinde olduklarını belirtmişlerdir. Dikkat çekici bir sonuç olarak, verilen sosyal gruplar içerisinde gazetecilerin en uzak ilişkilerinin komşularıyla

(hiç ilişkimiz yok=%8,6, çok uzağız=%21,4, ne yakınız ne uzağız=%37,5) olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca ‘diğer’ seçeneği içerisinde yer alan *insanlarla* katılımcıların %70’ten fazlasının *yakın* ve *çok yakın* ilişkiler kurduğu görülmektedir. Ancak ‘Diğer’ kategorisinde önemli bir kayıp veri olduğu belirtilmelidir (Tablo 17).

Tablo 18. Sosyal Çevreyle Yüz Yüze Görüşme Sıklığı

	Her gün		Haftada Birkaç Kez		Haftada Bir		Ayda 2-3 kez		Ayda bir		Ayda birden daha az		Hiç	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Aileniz	112	29,2	101	26,3	46	12,0	30	7,8	35	9,1	54	14,1	6	1,6
Arkadaşlarınız	76	19,8	83	21,6	101	26,3	57	14,8	38	9,9	22	5,7	7	1,8
Meslektaşlarınız	102	26,6	90	23,4	55	14,3	54	14,1	46	12,0	27	7,0	10	2,6
Komşularınız	19	4,9	55	14,3	67	17,4	119	31,0	51	13,3	29	7,6	44	11,5
Diğer	7	10,1	8	11,6	13	18,8	12	17,4	11	15,9	14	20,3	4	5,8

Katılımcılardan sosyal çevreleriyle ne sıklıkla yüz yüze görüştiklerini de belirtmeleri de istenmiştir (Tablo 18). Ailesi ile her gün görüşenlerin oranı %29,2; arkadaşları ile haftada bir gün görüşenlerin oranı %26,3; meslektaşları ile her gün görüşenlerin oranı %26,6; komşuları ile ayda 2-3 kez görüşenlerin oranı %31,0; diğer kişilerle ayda birden daha az görüşenlerin oranı %20,3’tür. Önceki soruyla paralel olarak gazetecilerin her gün görüştikleri sosyal grup arasında beklenen şekilde en fazla ‘aile’ (%29,2) seçeneğinin işaretlendiği, ikinci sırada ise meslektaşlar (%26,6) seçeneğinin yer aldığı görülmektedir. Yine verili sosyal gruplara arasında ‘komşular’ ile ‘hiç’ görüşmediğini ifade edenlerin oranı en fazladır (%11,5).

Tablo 19. Sosyal Çevreyle İletişim Araçlarıyla Görüşme Sıklığı

	Her gün		Haftada Birkaç Kez		Haftada Bir		Ayda 2-3 kez		Ayda bir		Ayda birden daha az		Hiç	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Aileniz	213	55,5	71	18,5	64	16,7	22	5,7	14	3,6	0	0,0	0	0,0
Arkadaşlarınız	175	45,6	100	26,0	31	8,1	26	6,8	19	4,9	25	6,5	8	2,1
Meslektaşlarınız	97	25,3	144	37,5	58	15,1	44	11,5	18	4,7	15	3,9	8	2,1
Komşularınız	7	1,8	30	7,8	98	25,5	73	19,0	62	16,1	46	12,0	68	17,7
Diğer	6	7,1	11	12,9	17	20,0	22	25,9	17	20,0	6	7,1	6	7,1

Katılımcıların telefon, internet vb. iletişim kanalları aracılığıyla sosyal gruplarla görüşme sıklığı incelendiğinde; ailesi ile her gün görüşenlerin oranı %55,5; arkadaşları ile her gün görüşenlerin oranı %45,6; meslektaşları ile haftada birkaç kez görüşenlerin

oranı %37,5; komşuları ile haftada bir görüşmelerin oranı %25,5; diğer kişilerle ayda 2-3 kez görüşmelerin oranı %25,9'dur. Önceki ifadelerle benzer şekilde belirtilen sosyal gruplar arasında 'komşular' ile 'hiç' görüşmediğini ifade edenlerin oranı %17,7 ile en fazladır (Tablo 19).

Tablo 20. Sosyal Çevreden Her gün Etkileşime Girilen Kişi Sayısı

	Hiç		1 Kişi		2 Kişi		3 Kişi		4 Kişi		5 ve üstü	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
Aileniz	2	,5	51	13,3	34	8,9	46	12,0	63	16,4	188	49,0
Arkadaşlarınız	2	,5	4	1,0	44	11,5	67	17,4	83	21,6	184	47,9
Meslektaşlarınız	5	1,3	37	9,6	49	12,8	45	11,7	75	19,5	173	45,1
Komşularınız	121	31,5	102	26,6	75	19,5	25	6,5	25	6,5	36	9,4
Diğer	39	29,1	9	6,7	19	14,2	37	27,6	23	17,2	7	5,2

Katılımcılardan ailesinden her gün 5 ve daha fazla kişi ile etkileşime girenlerin oranı %49,0; arkadaşlarından 5 ve daha fazla kişi ile etkileşime girenlerin oranı %47,9; meslektaşlarından 5 ve daha fazla kişi ile etkileşime girenlerin oranı %45,1; komşularından hiçbirisiyle etkileşime girmeyenlerin oranı %31,5; diğer kişilerden hiçbirisiyle etkileşime girmeyenlerin oranı %29,1'dir. Bu bağlamda katılımcıların önemli bir kısmının aile, arkadaşlar ve meslektaşlardan çok sayıda insan ile etkileşime girdiği anlaşılmaktadır. En az etkileşime girilen sosyal grup ise 'komşular' şeklindedir. Diğer seçeneğinde ise yine önemli bir kayıp verinin söz konusu olduğu görülmektedir (Tablo 20).

Tablo 21. Sosyal Çevreden Haber Üretiminde Yararlı Bilgiler Sağlayan Kişi Sayısı

	Hiç		1 Kişi		2 Kişi		3 Kişi		4 Kişi		5 ve üstü	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%
Aileniz	171	44,5	81	21,1	65	16,9	34	8,9	20	5,2	13	3,4
Arkadaşlarınız	90	23,4	76	19,8	96	25,0	55	14,3	20	5,2	47	12,2
Meslektaşlarınız	5	1,3	15	3,9	40	10,4	86	22,4	80	20,8	158	41,1
Komşularınız	167	43,5	132	34,4	75	19,5	4	1,0	3	0,8	3	0,8
Diğer	11	6,8	21	13,0	28	17,4	27	16,8	27	16,8	47	29,2

Gazetecilerden, ilgili sosyal gruplardan 'haber üretimi için yararlı bilgiler sağlayan insanların sayısını' belirtmeleri de istenmiştir. Bu bağlamda katılımcıların %44,5'i hiçbir aile üyesinin haber üretimi için yararlı bilgileri sağlamadığını ifade etmiştir. Yine katılımcıların %43,5'i komşularından haber üretimi için yararlı bilgi sağlayan hiçimse

olmadığını belirtmektedir. Ayrıca katılımcıların %23,4'ü arkadaşları arasında haber üretimi için yararlı bilgi sağlayan hiçkimse olmadığını ifade etmektedir. En fazla haber üretimi için yararlı bilgiler sağlayan insan sayısı meslektaşlar kategorisinde gerçekleşmiştir. Bunun yanı sıra 'Diğer' kategorisinde önemli bir kayıp veri söz konusu olmasına karşın (n=161), ilgili ortalamalar bakımından yüksek bir dağılım sergilendiği anlaşılmaktadır. Diğer yandan, haber üretimi için yararlı bilgi sağlayan kişi sayısının en düşük seyrettiği kategorinin 'komşular' şeklinde gerçekleşmesi oldukça dikkat çekicidir (Tablo 21). Bu bağlamda araştırmaya dahil olan gazetecilerin aile, meslektaşlar ve arkadaşlarıyla yakın ilişkiler geliştirmeleri ve etkileşim sayılarının fazla olmasına karşın büyük bir çoğunluğunun ailelerini, arkadaşlarını ve komşularını haber kaynağı olarak kullanmadıkları anlaşılmaktadır. Gazetecilerin haber kaynağı olarak en fazla başvurdukları grup, meslektaşlarıdır.

3.4.2. Güvenilirlik ve Yapı Geçerliliği

Araştırma soruları ve hipotezlerini destekleyen bulguların değerlendirilmesinden önce, çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin yapı geçerliliği ve güvenilirlik analizlerine yer verilmektedir.

Çalışmada Sosyal Sermaye Ölçeği ve kamusal habercilik olanaklarını ölçmeye yönelik olarak oluşturulan ifadeler kullanılmaktadır. Kamusal habercilik olanaklarına ilişkin ifadeler, çeşitli analizlerde kullanmak amacıyla ölçek haline getirilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliğinin belirlenmesi amacıyla, açımlayıcı faktör analizi (AFA), güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla Cronbach's alfa güvenilirlik katsayıları hesaplanmaktadır.

Ölçeğin faktör analizine uygun olup olmadığını anlamak amacıyla KMO ve Barlett testleri yapılmaktadır. KMO katsayısı örneklemin büyüklüğünü test etmek için hesaplanmaktadır. Faktör analizinde evrendeki dağılımın normal olması da beklenmektedir. Bu da Bartlett testiyle incelenmektedir. Bu kapsamda KMO testi ölçüm sonucunun 1,000'e yakın, Barlett küresellik testi sonucunun da istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Buna göre ilgili ifadelerle ilişkin KMO ve Barlett değerleri Tablo 22'de yer almaktadır.

Tablo 22. Kamusal Habercilik Olanakları KMO ve Barlett Değerleri

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,866
Approx. Chi-Square		1809,135
Bartlett's Test of Sphericity	Df	55
	Sig.	0,000

Kamusal Habercilik Olanaklarına ilişkin ölçek için yapılan analizinde KMO değeri 0,866 olarak hesaplanmıştır. Buna göre örneklem sayısı faktör analizi için uygundur ($KMO > 0,500$). Bartlett testi kapsamında X^2 değeri 1809,135 ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$). KMO ve Bartlett testi sonucuna göre verilerin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Faktörlerin öz değerlerine ait saçılma diyagramı olan Scree Plot grafiği ve açıklanan varyans oranı, ölçeğin toplam faktör sayısının belirlenmesinde kullanılmaktadır. Faktör analizi işleminde ölçek maddelerinin faktörlere atanması ya da ölçekten çıkarılması işlemlerinde, faktör yükü değerlerine bakılmaktadır. Faktör yük değeri, maddelerin faktörlerle ilişkisini açıklayan bir katsayıdır. Maddelerin yer aldıkları faktördeki yük değerlerinin yüksek olması beklenir. Her bir maddenin faktör yükünün 0,30'dan küçük olduğu ya da söz konusu maddenin faktör yüklerinin iki farklı faktördeki değerlerinin farkının 0,10'dan küçük olması durumunda (binişiklik), madde ölçekten çıkarılarak analiz işlemine devam edilir.

Cronbach's alfa katsayısı ise ölçeğin güvenirlik düzeyini vermektedir. Katsayı 0 ile 1 arasında değişmektedir. Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenirliği şu şekilde yorumlanmaktadır (Yıldız ve Uzunsakal, 2018, s.19):

- $.00 \leq \alpha < .40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $.40 \leq \alpha < .60$ ise ölçeğin güvenirliği düşük,
- $.60 \leq \alpha < .80$ ise ölçek oldukça güvenilir,
- $.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Buna göre, kamusal habercilik olanaklarına ilişkin oluşturulan ifadelere faktör analizi uygulanmıştır (Tablo 23). Ayrıca ölçeğin faktör yapısının belirlenmesi amacıyla öz değerlerin saçılımını gösteren Scree Plot grafiği incelenmiştir (Ek-2).

Tablo 23. Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeğinin 2 Faktörlü Analiz Sonuçları

Faktör	Madde	Faktör Yüğü	Açık. Varyans Oranı	Cronbach's Alpha
KHO Faktör1 (Genel Kamusal Boyut)	T_3	,822	33,465	,876
	T_2	,782		
	T_1	,759		
	T_5	,752		
	T_6	,732		
	T_13	,707		
KHO Faktör2 (Haber Aktörlerinin Aktarımı)	T_9	,798	25,750	,794
	T_11	,740		
	T_10	,718		
	T_8	,697		
	T_7	,621		
Kamusal Habercilik Olanakları			59,216	,872

Yapılan faktör analizi sonucuna göre binişiklik nedeniyle 4. ve 12.madde ölçekten çıkarılmış olup ölçeğin 11 madde ve iki boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Aynı faktör altında toplanan maddeler incelenmiştir. Birinci faktörde toplanan ifadelerin, daha çok genel kamusal meselelerle ilgili haber yapabilme olanaklarını; ikinci faktörde toplanan ifadelerin ise, haber aktörlerinin sözlerinin aktarılabilmesi olanaklarıyla ilgili olduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle birinci faktör ‘Genel Kamusal Boyut’, ikinci faktör ise ‘Haber Aktörlerinin Aktarımı’ şeklinde isimlendirilmiştir. Ölçeğin toplam varyansı açıklama oranı %59,216; güvenilirlik katsayısı 0,872’dir. Buna göre ölçeğin güvenilirlik düzeyi çok yüksektir (Tablo 23).

Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeğinin 1. Boyutu (Genel Kamusal Boyut) faktör yükleri ,707 ile ,822 arasında değişen 6 maddeden oluşmaktadır. Boyutun toplam varyansı açıklama oranı %33,465; güvenilirlik katsayısı 0,876’dır. Buna göre boyutun güvenilirlik düzeyi çok yüksektir (Tablo 23).

Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeğinin 2. Boyutu (Haber Aktörlerinin Aktarımı) faktör yükleri ,621 ile ,798 arasında değişen 5 maddeden oluşmaktadır. Boyutun toplam varyansı açıklama oranı %25,750; güvenirlik katsayısı 0,794'tür. Buna göre boyutun güvenirlik düzeyi oldukça yüksektir (Tablo 23).

Ayrıca çalışmada ölçeklerin faktör yapısının doğrulanması ve uyum değerlerinin hesaplanması amacıyla DFA analizi yapılmıştır. Doğrulamalı faktör analizi (DFA), oluşturulan kuramsal çerçeveden “destek alarak” belirlenen değişkenlerin faktörler (gizil değişkenlerin) haline getirilerek elde edilen “verilerle ne derece uyum gösterdiğini değerlendirmeye yönelik bir analizdir.” Yani DFA, varsayımlar doğrultusunda oluşturulmuş bir modelin, elde edilen verilerce “ne derece doğrulanabildiğini” analiz etmektedir. Geleneksel faktör analizinde, verilerle ilgili önceden belirlenmiş varsayımlar olmaksızın “faktör yükleri temelinde verinin faktör yapısı belirlenirken DFA, belirli değişkenlerin bir kuram temelinde önceden belirlenmiş faktörler üzerinde ağırlıklı olarak yer alacağı şeklindeki” bir varsayımın test edilmesidir (Sümer, 2000, s. 52).

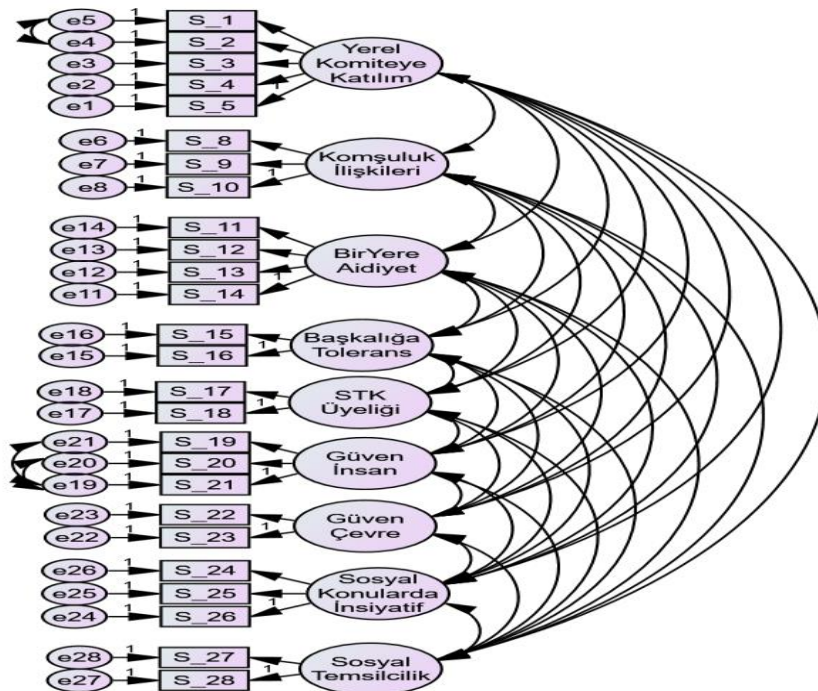
DFA’da test edilen modelin yeterliğinin anlaşılabilmesi için birçok uyum indeksi kullanılmaktadır. Uyum indekslerinin kurgulanan model ile mevcut veriler arasındaki örtüşmeyi değerlendirmelerinde “birbirlerine göre güçlü ve zayıf yönlerinin olması nedeniyle modelin uyumunun” kabul edilmesinde farklı uyum indeksi değerlerinin dikkate alınması tavsiye edilir. En fazla kullanılan uyum indeksleri; Ki-Kare Uyum Testi (Chi-Square Goodness), İyi Uyum İndeksi (GFI), Düzeltilmiş İyi Uyum İndeksi (AGFI), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI), Normlaştırılmış Uyum İndeksi (NFI), Ortalama Hataların Karekökü (RMR veya RMS) ve Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA) şeklinde sıralanabilir (Cole, 1987, s. 585-586; Sümer, 2000, s. 59-62; Büyüköztürk, Akgün, Özkahveci ve Demirel, 2004, s. 217).

Tablo 24. Sosyal Sermaye Ölçeği İçin Uyum İndeksleri ve Yol Haritası

Kabul Edilebilir Uyum İndeksleri	Hesaplanan Uyum İndeksleri
$\chi^2/sd < 5$	2,434
GFI > 0.90	0,890
AGFI > 0.90	0,851
CFI > 0.90	0,822
RMSEA < 0.08	0,061
RMR < 0.08	0,046

Araştırmada kullanılan ‘Sosyal Sermaye Ölçeği’ daha önce Onxy ve Bullen tarafından geliştirilmiştir. Ardahan tarafından ise Türk toplumuna adaptasyon çalışması yapılmıştır. Sosyal Sermaye Ölçeği için yapılan DFA analizinde oluşturulan yol haritası aşağıda verilmiştir. Yapılan DFA analizinde χ^2/sd , RMSEA ve RMR değerlerinin kabul edilebilir uyum indekslerini sağladığı görülmekte iken GFI, CFI ve AGFI indekslerinin kabul edilebilir uyum indekslerine yakın olduğu ve kabul edildiği görülmektedir (Tablo 24). Uyum indeksleri sağlanması amacıyla hata terimleri arasında modifikasyonlar yapılmıştır.

Şekil 11. Sosyal Sermaye Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Yol Haritası

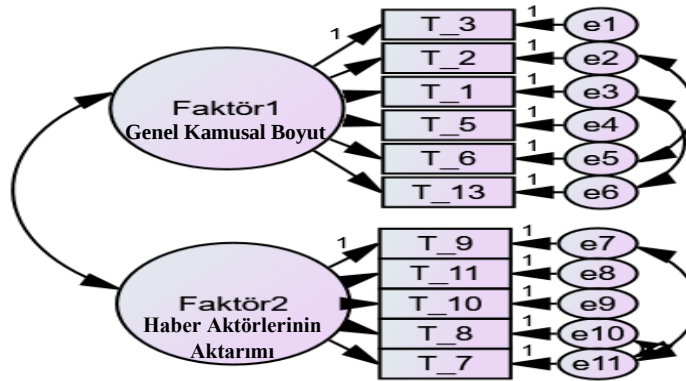


Tablo 25. Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği İçin Uyum İndeksleri ve Yol Haritası

Kabul Edilebilir Uyum İndeksleri	Hesaplanan Uyum İndeksleri
$\chi^2/sd < 5$	4,633
GFI > 0.90	0,929
AGFI > 0.90	0,881
CFI > 0.90	0,920
RMSEA < 0.08	0,097
RMR < 0.08	0,066

Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği için yapılan DFA analizinde oluşturulan yol haritası aşağıda verilmiştir. Yapılan DFA analizinde χ^2/sd , GFI, CFI ve RMR değerlerinin kabul edilebilir uyum indekslerini sağladığı görülmekte iken AGFI ve RMSEA indekslerinin kabul edilebilir uyum indekslerine yakın olduğu ve kabul edildiği görülmektedir (Tablo 25). Uyum indeksleri sağlanması amacıyla hata terimleri arasında modifikasyonlar yapılmıştır.

Şekil 12. Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Yol Haritası



Bu bağlamda kamusal habercilik olanaklarına yönelik olarak gazetecilere yöneltilen 13 ifade, yapılan betimleyici faktör analizi sonrasında 11 maddeden ve iki faktörden oluşan bir ölçek haline getirilmiştir. İlgili analizlerde oldukça yüksek bir güvenilirlik katsayısına sahip olan bu ölçek kullanılmıştır. Kamusal habercilik olanaklarına ilişkin oluşturulan ölçek, doğrulayıcı faktör analizine de tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda

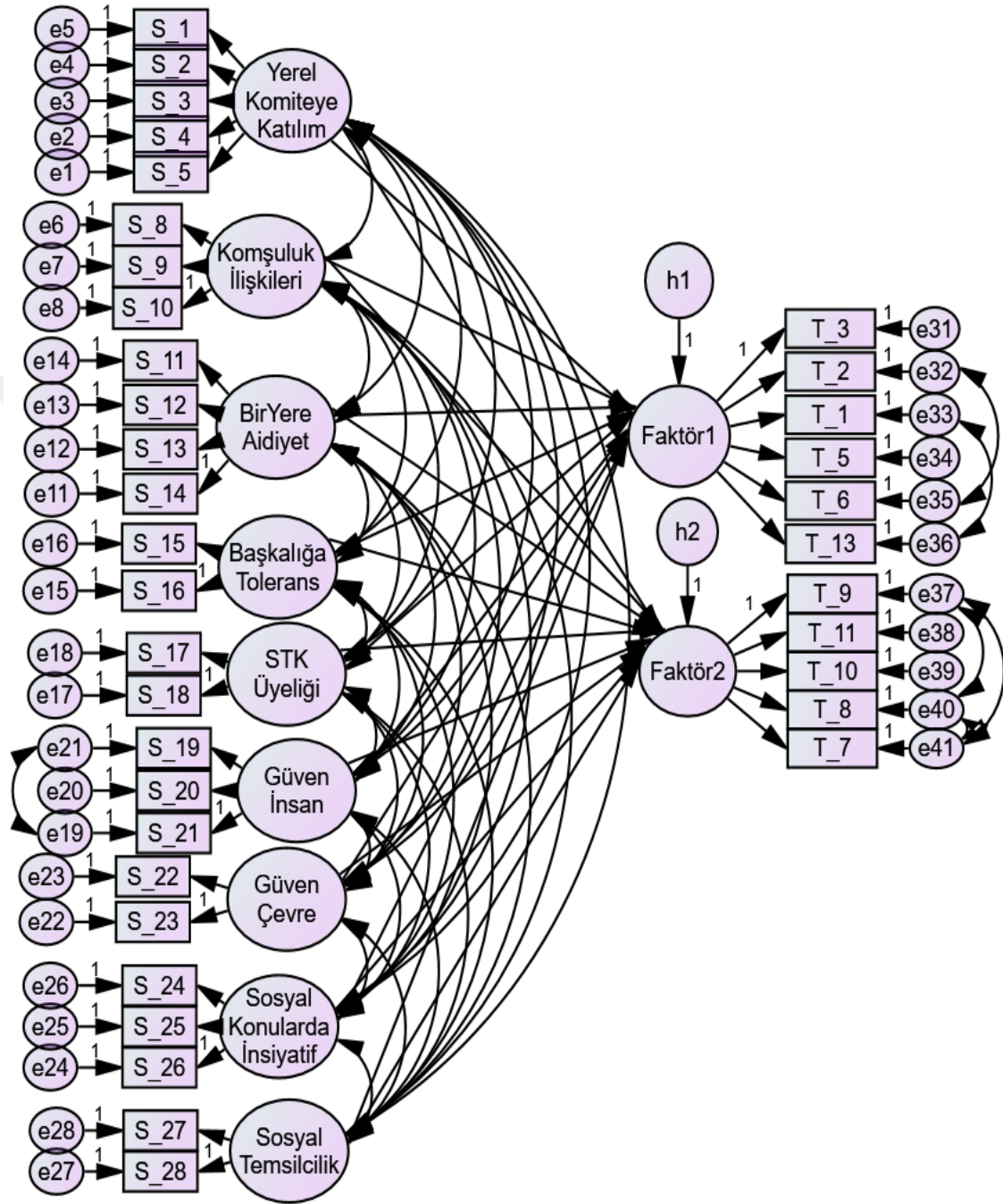
elde edilen veriler ilgili indekslerin kabul edilebilir değerlerde veya bu değerlere yakın olduğunu göstermektedir (Tablo 25). Dolayısıyla çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerli ve güvenilir olduklarını söylemek mümkündür.

Ayrıca sosyal sermayenin kamusal habercilik olanaklarına etkisini incelemek için DFA analizi yapılmış ve oluşturulan yol haritası Şekil 13’de verilmiştir. Yapılan DFA analizinde χ^2/sd , RMR ve RMSEA değerlerinin kabul edilebilir uyum indekslerini sağladığı görülmekte iken GFI, AGFI ve CFI indekslerinin kabul edilebilir uyum indekslerine yakın olduğu ve kabul edildiği görülmektedir (Tablo 26). Uyum indeksleri sağlanması amacıyla hata terimleri arasında modifikasyonlar yapılmıştır.

Tablo 26. Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilik Olanaklarına Etkisi İçin Uyum İndeksleri ve Yol Haritası

Kabul Edilebilir Uyum İndeksleri	Hesaplanan Uyum İndeksleri
$\chi^2/sd < 5$	3,033
GFI > 0.90	0,811
AGFI > 0.90	0,767
CFI > 0.90	0,762
RMSEA < 0.08	0,073
RMR < 0.08	0,062

Şekil 13. Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilik Olanaklarına Etkisi İçin Doğrulayıcı Faktör Analizi Yol Haritası



Ölçek ve ifadelerle ilişkin güvenilirlik analizleri ve yapı geçerliliği, yukarıdaki biçimde özetlenebilmektedir. Ancak kurulan yapısal eşitlik modeli, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanakları arasındaki ilişkileri ele alan bazı ek analizleri gerekli kılmaktadır. Bu analizler sonraki başlıklarda detaylı olarak yer almaktadır.

3.4.3. Ölçeklere Ait Betimsel İstatistikler

Doğrulamalı ve betimsel faktör analizleri sonrasında çalışmada iki ayrı ölçek arasındaki ilişkiler ele alınmıştır. Buna göre; daha önce adaptasyon çalışması yapılmış olan Sosyal Sermaye Ölçeği ve kamusal habercilik olanaklarını anlamaya yönelik ifadelerden oluşturulan ölçek (KHO) ile ilgili betimsel istatistikler aşağıdaki tabloda verilmektedir. Ayrıca ölçeklerdeki ifadelerle ilgili frekans analizleri ek tablolarda yer almaktadır.

Tablo 27. Sosyal Sermaye, Kamusal Habercilik Olanakları Ölçek ve Alt Boyut puanlarına Ait Betimsel İstatistikler

	n	Minimum	Maximum	Ortalama	ss	Çarpıklık	Basıklık
Yerel Komiteye Katılım	384	5,00	20,00	10,65	3,21	,259	-,559
Komşuluk İlişkileri	384	6,00	20,00	14,50	2,47	-,141	,401
Bir Yere Aidiyet	384	3,00	12,00	8,27	2,01	-,419	-,449
Başkalığa Tolerans	384	2,00	8,00	6,20	1,26	-,611	,281
STK Üyeliği	384	2,00	8,00	3,53	1,49	1,118	,753
Güven İnsan	384	3,00	12,00	7,43	2,11	-,036	-,747
Güven Çevre	384	2,00	8,00	5,42	1,48	-,197	-,484
Sosyal Konularda İnsiyatif	384	4,00	12,00	9,56	1,62	-,530	,138
Sosyal Temsilcilik	384	2,00	8,00	5,78	1,24	-,299	,164
Sosyal Sermaye	384	44,00	99,00	71,33	9,61	-,146	,359
KHO Faktör 1 (Genel Kamusal Boyut)	384	6,00	30,00	18,23	5,39	-,014	-,864
KHO Faktör 2 (Haber Aktörlerinin Aktarımı)	384	5,00	25,00	16,03	4,09	-,237	-,234
Kamusal Habercilik Olanakları	384	16,00	55,00	34,27	8,21	-,065	-,856

Tablo 27'ye göre gazetecilerin; Yerel Komiteye Katılım puanları ortalaması 10,65; $\pm 3,21$; Komşuluk İlişkileri puanları ortalaması 14,50; $\pm 2,47$; Bir Yere Aidiyet puanları ortalaması 8,27; $\pm 2,01$; Başkalığa Tolerans puanları ortalaması 6,20; $\pm 1,26$; STK Üyeliği puanları ortalaması 3,53; $\pm 1,49$; Güven İnsan puanları ortalaması 7,43; $\pm 2,11$; Güven Çevre puanları ortalaması 5,42; $\pm 1,48$; Sosyal Konularda İnsiyatif puanları ortalaması 9,56; $\pm 1,62$; Sosyal Temsilcilik puanları ortalaması 5,78; $\pm 1,24$; Sosyal Sermaye puanları ortalaması 71,33; $\pm 9,61$ 'dir.

Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği Faktör1 puanları ortalaması 18,23; $\pm 5,39$; Faktör2 puanları ortalaması 16,03; $\pm 4,09$; Kamusal Habercilik Olanakları puanları ortalaması 34,27; $\pm 8,21$ 'dir. Bu bağlamda Sosyal Sermaye Ölçeği ve Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği açısından, gazetecilerin ölçek orta noktalarına oldukça yakın ortalamalar sergiledikleri anlaşılmaktadır.

3.4.4. Sosyal Sermaye ve Kamusal Habercilik Olanakları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Doğrulamalı Faktör Analizi doğrultusunda sosyal sermayenin kamusal habercilik olanaklarına etkisi, öncelikle oluşturulan yapısal eşitlik modeli³² (YEM) üzerinden incelenmiştir (Tablo 28).

Tablo 28. Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilik Olanaklarına Etkisi (YEM)

Etkilenen	Etkileyen	Tahmin (B)	sh	t	p
KHOFaktör1 <---	Yerel Komiteye Katılım	1,181	,688	1,716	,086
KHOFaktör2 <---	Yerel Komiteye Katılım	,603	,450	1,340	,180
KHOFaktör1 <---	Komşuluk İlişkileri	-,267	,518	-,515	,607
KHOFaktör2 <---	Komşuluk İlişkileri	,071	,282	,252	,801
KHOFaktör1 <---	Bir Yere Aidiyet	-,633	,903	-,701	,483
KHOFaktör2 <---	Bir Yere Aidiyet	-1,545	,595	-2,595	,009*
KHOFaktör1 <---	Başkalığa Tolerans	,780	,865	,902	,367
KHOFaktör2 <---	Başkalığa Tolerans	,043	,601	,072	,943
KHOFaktör1 <---	STK Üyeliği	,588	,411	1,432	,152
KHOFaktör2 <---	STK Üyeliği	,125	,254	,492	,623
KHOFaktör1 <---	Güven İnsan	1,618	,817	1,979	,048*
KHOFaktör2 <---	Güven İnsan	1,529	,468	3,271	,001*
KHOFaktör1 <---	Güven Çevre	,288	,528	,545	,586

³² Yapısal eşitlik modelleri, değişkenler arasındaki doğrudan ya da dolaylı nedensellik ilişkilerinin incelenmesi, çok değişkenli model geliştirilmesi ve geliştirilmiş modellerin sınanmasına imkân sağlayan bir analizdir (Yılmaz, 2004; İlhan ve Çetin, 2014).

Etkilenen	Etkileyen	Tahmin (B)	sh	t	p
KHOFaktör2 <---	Güven Çevre	,214	,347	,617	,537
KHOFaktör1 <---	Sosyal Konularda İnsiyatif	1,750	1,242	1,409	,159
KHOFaktör2 <---	Sosyal Konularda İnsiyatif	1,845	,872	2,116	,034*
KHOFaktör1 <---	Sosyal Temsilcilik	-3,904	1,799	-2,171	,030*
KHOFaktör2 <---	Sosyal Temsilcilik	-1,672	1,184	-1,412	,158

Elde edilen sonuçlar, sosyal sermayenin dört alt boyutunun, kamusal habercilik olanakları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Buna göre anlamlılık düzeyleri dikkate alınarak yukarıdaki tablo incelendiğinde, sosyal sermaye ölçeğinin alt boyutu olan “Bir Yere Aidiyet”, kamusal habercilik olanakları için oluşturulan ölçeğin 2. Faktörünü (Haber Aktörlerinin Aktarımı) negatif yönde etkilemektedir ($p < 0,05$ $B = -1,545$). Diğer yandan, sosyal sermaye ölçeğinin bir diğer alt boyutu olan “Güven İnsan”, kamusal habercilik olanakları ölçeğinin 1. Faktörünü (Genel Kamusal Boyut) ($p < 0,05$ $B = 1,618$) ve 2. Faktörünü (Haber Aktörlerinin Aktarımı) ($p < 0,05$ $B = 1,529$) pozitif yönde etkilemektedir. Ayrıca “Sosyal Konularda İnsiyatif” Haber Aktörlerinin Aktarımı’nı pozitif yönde ($p < 0,05$ $B = 1,845$), “Sosyal Temsilcilik” Genel Kamusal Boyut’u negatif yönde etkilemektedir ($p < 0,05$ $B = -3,904$) (Tablo 28).

Bu bağlamda ‘**Bir Yere Aidiyet**’ alt boyutu, gazeteci aktörlerin çalıştıkları medya kuruluşuna aidiyet ve iş yerindeki meslektaşlarına bağlılık hislerini yansıtmaktadır. Çalışmaya dahil olan gazetecilerin çok büyük bir çoğunluğu tecimsel medya kuruluşlarında çalıştıklarından, bu kuruluşlara duyulan aidiyet hissinin, kamusal habercilik olanaklarını (Haber Aktörlerinin Aktarımı boyutu açısından) olumsuz etkileyebileceği tahmin edilmektedir. Medya kuruluşlarının, gazetecileri çeşitli yollarla politikalarıyla uyumlu hale getirdikleri bilinmektedir (Browne, 2001; Harrison, 2008). Gazetecilerin medya kuruluşlarına sorumlulukları ile topluma karşı sorumlulukları çelişebilmektedir (Uzun, 2011). Kurumlarına aidiyet duyan gazetecilerin, bu politika ve çıkarlara zarar vermemek adına, medya kuruluşlarının politikalarıyla ilişkili olan haber aktörlerine yer vermeleri güçleşebilmektedir.

Yapısal eşitlik modeli, sosyal sermayenin diğer bir alt boyutu olan **‘Sosyal Temsilcilik’** boyutunun da kamusal habercilik olanaklarının Genel Kamusal Boyut’u üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. ‘Sosyal Temsilcilik’, gazeteci aktörlerin toplumsal hayatta sorumlulukları dışında üstlendiği rolleri ifade etmektedir. Yani gazetecilerin görev ve sorumlulukları dışında kalan konularda, diğer insanlara yardımcı olmaları veya toplumsal fayda içeren faaliyetler gerçekleştirme durumudur. Bu haliyle ‘Sosyal Temsilcilik’ alt boyutu, gazetecilerin sosyal sorumluluğa sahip olması gereğinin (Yücedoğan, 1998) bir ifadesidir. Çünkü kamusal gazetecilik anlayışının temelinde de toplumsal fayda taşıyan, vatandaşların haklarını gözetten bir habercilik anlayışı bulunmaktadır (Özbay, 2007; Uzun, 2011). Ancak gazetecilerin sosyal temsilcilik rolleri arttıkça, kamusal konulara ilişkin algılamaları etkilenebilmektedir (Eldridge, 2005). Dolayısıyla gazetecilerin, bu tür konulardaki zorluklara ilişkin farkındalık düzeylerinin artabileceği ve olumsuz algılamalara neden olabileceği tahmin edilmektedir.

Kamusal habercilik olanakları üzerindeki en anlamlı etki, yapısal eşitlik modeli açısından **‘Güven İnsan’** alt boyutunda gerçekleşmiş ve bu boyut kamusal habercilik olanaklarını her iki alt faktörde de olumlu etkilemiştir. Gazetecilerin diğer insanlara ve topluma duyduğu inanç ve bağlanma düzeyini ifade eden ‘Güven İnsan’ alt boyutu yükseldikçe, kamusal habercilik olanaklarının da görece ‘kolay’ algılanması son derece anlamlıdır. Gazeteciliğin temel dinamiği, toplumdaki diğer insanlarla söz konusu olan etkileşimlere ve bilgi akışına dayanmaktadır. Dolayısıyla gazetecilik faaliyetlerinin diğer insanlarla güven temelli ilişkiler kurmaksızın mümkün olamayacağı hatırlandığında (Schudson, 2003; Tokgöz, 2008; White, 2008), insanlara olan güvenin, kamusal habercilik olanakları üzerindeki olumlu etkisi anlamlı hale gelmektedir.

‘Sosyal Konularda İnisiyatif’ alt boyutunun da Haber Aktörlerinin Aktarımı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu anlaşılmıştır. Çeşitli durumlarda gerekli bilgilere ulaşabilme, sosyal konularda uzlaşma sağlayabilme, çeşitli durumlarda herhangi bir direktif beklemeksizin karar alabilme durumu şeklinde açıklanabilecek olan ‘sosyal konularda inisiyatif’, kamusal gazetecilik anlayışının doğasında bulunan unsurları içerisinde barındırmaktadır. Kamusal gazetecilik açısından bilgiye nereden ulaşabileceğini bilebilmek ve önüne gelen kamusal meselelerle alakalı istihbaratlarla ne yapacağı konusunda hızlı kararlar alabilmek (yani ‘sosyal yapı için inisiyatif almak’) hayati bir

önem taşımaktadır. ‘Sosyal konularda inisiyatif’ alt boyutunun, kamusal habercilik olanakları üzerindeki olumlu etkisi bu bağlamda değerlendirildiğinde, böyle özelliklere sahip olan gazetecilerin (Yücedoğan, 1998; Browne, 2001; White, 2005) kamusal sorunlarla ilgili istihbaratlara ulaşabilmeleri ve sosyal yapı adına habere dönüştürme refleksi göstermelerinin daha kolay olduğu söylenebilir.

Kurulan yapısal eşitlik modeline ek olarak, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanakları arasındaki ilişkileri ele alan diğer bazı analizler gerekmektedir. Bu nedenle sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanakları arasındaki ilişkiyi incelemek için, korelasyon ve regresyon testleri uygulanmıştır. Elde edilen veriler ve yorumları aşağıda incelenmektedir.

Tablo 29. Sosyal Sermaye ile Kamusal Habercilik Olanakları Arasındaki İlişki (Korelasyon)

		Faktör1 Genel Kamusal Boyut	Faktör2 Haber Aktörlerinin Aktarımı	Kamusal Habercilik Olanakları
Yerel Komiteye Katılım	r	,225**	,280**	,287**
	p	,000	,000	,000
Komşuluk İlişkileri	r	-,098	,342**	,106*
	p	,055	,000	,039
Bir Yere Aidiyet	r	,398**	,203**	,363**
	p	,000	,000	,000
Başkalığa Tolerans	r	,262**	,145**	,245**
	p	,000	,004	,000
STK Üyeliği	r	,140**	,164**	,174**
	p	,006	,001	,001
Güven İnsan	r	,549**	,377**	,549**
	p	,000	,000	,000
Güven Çevre	r	,345**	,458**	,455**
	p	,000	,000	,000
Sosyal Konularda İnisiyatif	r	,191**	,430**	,339**
	p	,000	,000	,000
Sosyal Temsilcilik	r	,129*	,291**	,229**
	p	,012	,000	,000
Sosyal Sermaye	r	,412**	,532**	,536**
	p	,000	,000	,000

p* < 0,05; p** < 0,01 = ilişki var; p > 0,05 = ilişki yok

Tablo 29, sosyal sermaye ve alt boyutlarıyla kamusal habercilik olanakları ve alt boyutları arasındaki korelasyonu yansıtmaktadır. Korelasyon analizine göre;

- Yerel Komiteye Katılım ile Genel Kamusal Boyut arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,225$); Haber Aktörlerinin Aktarımı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,280$); Kamusal Habercilik Olanakları arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,287$) bulunmaktadır.
- Komşuluk İlişkileri ile Haber Aktörlerinin Aktarımı arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,342$); Kamusal Habercilik Olanakları arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,106$) tespit edilmiştir.
- Bir Yere Aidiyet ile Genel Kamusal Boyut arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,398$); Haber Aktörlerinin Aktarımı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,203$); Kamusal Habercilik Olanakları arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,363$) gözlenmektedir.
- Başkalığa Tolerans ile Genel Kamusal Boyut arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,262$); Haber Aktörlerinin Aktarımı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,145$); Kamusal Habercilik Olanakları arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,245$) olduğu anlaşılmaktadır.
- STK Üyeliği ile Genel Kamusal Boyut arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,140$); Haber Aktörlerinin Aktarımı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,164$); Kamusal Habercilik Olanakları arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,174$) bulunmaktadır.
- Güven İnsan ile Genel Kamusal Boyut arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,549$); Haber Aktörlerinin Aktarımı arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,377$); Kamusal Habercilik Olanakları arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,549$) tespit edilmiştir.
- Güven Çevre ile Genel Kamusal Boyut arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,345$); Haber Aktörlerinin Aktarımı arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,458$); Kamusal Habercilik Olanakları arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,455$) gözlenmektedir.
- Sosyal Konularda İnsiyatif ile Genel Kamusal Boyut arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,191$); Haber Aktörlerinin Aktarımı arasında pozitif yönlü orta bir

ilişki ($r=,430$); Kamusal Habercilik Olanakları arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,339$) olduğu anlaşılmaktadır.

- Sosyal Temsilcilik ile Genel Kamusal Boyut arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,129$); Haber Aktörlerinin Aktarımı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,291$); Kamusal Habercilik Olanakları arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ($r=,229$) bulunmaktadır.
- Sosyal Sermaye ile Genel Kamusal Boyut arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,412$); Haber Aktörlerinin Aktarımı arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,532$); Kamusal Habercilik Olanakları arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,536$) tespit edilmiştir.

Yapılan korelasyon analizi, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanakları arasında pozitif yönlü orta bir ilişki ($r=,536$) olduğunu göstermektedir. Ayrıca Sosyal Sermaye Ölçeği'nin tüm alt boyutlarıyla birlikte, Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği'yle pozitif yönlü (zayıf veya orta) bir ilişki içinde olduğu görülmektedir. Sosyal sermaye ölçeği alt boyutları açısından bu ilişkinin en güçlü olduğu alt boyutun 'güven insan' ($r=,549$), en zayıf olduğu alt boyutun 'komşuluk ilişkileri' ($r=,106$) olduğu anlaşılmaktadır (Tablo 29).

Bu doğrultuda, sosyal sermaye ile kamusal habercilik olanakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin söz konusu olduğunu kabul etmek mümkün hale gelmektedir. Korelasyon analizi, yapısal eşitlik modeline paralel olarak 'güven insan' alt boyutuyla kamusal habercilik olanakları arasındaki ilişkinin en güçlü olduğu unsurdur ve iki analizin sonuçları birbirini desteklemektedir. 'Komşuluk ilişkileri' alt boyutunun en zayıf ilişkiyi vermesi ise oldukça ilginçtir. Sosyal sermaye literatürü bakımından son derece kritik bir rolü bulunan komşuluk ilişkilerinin (Karagül ve Masca, 2005), toplumsal açıdan son derece önemli bir yeri vardır (Gündüz ve Yıldız, 2008; Özbay, 2014). Ancak şehir hayatının getirdiği yeni yaşam tarzlarının, komşuluk ilişkilerini zayıflattığı bilinmektedir (Şensoy ve Karadağ, 2013). Gazetecilerin sosyal ilişkilerinin araştırıldığı kısımda da komşularla olan ilişkilerin sayısı ve yakınlığı diğer gruplara göre düşük çıkmıştır. Dolayısıyla gazetecilerin çoğunluğunun etkileşime girdiği komşu sayısını görece az, komşularıyla yakınlık derecesini görece uzak tanımlaması, kamusal habercilik olanaklarıyla komşuluk ilişkileri arasında çıkan zayıf istatistiksel ilişkinin nedenine işaret etmektedir.

Tablo 30. Sosyal Sermaye Alt Boyutlarının KHO Faktör 1'e Etkisi (Regresyon)

Bağımlı Değ	Bağımsız Değ	F	p	B	t	p	R2
KHO Faktör1 (Genel Kamusal Boyut)	Yerel Komiteye Katılım			,244	3,436	,001*	
	Komşuluk İlişkileri			-,657	-7,085	,000*	
	Bir Yere Aidiyet			,312	2,442	,015*	
	Başkalığa Tolerans			,168	,884	,377	
	STK Üyeliği	33,422	,000	,028	,186	,853	,446
	Güven İnsan			1,169	9,664	,000*	
	Güven Çevre			,891	5,488	,000*	
	Sosyal Konularda İnsiyatif			-,083	-,550	,582	
	Sosyal Temsilcilik			-,167	-,825	,410	

p* < 0,05 = etki var; p > 0,05 = etki yok

Sosyal sermaye alt boyutlarının Genel Kamusal Boyut'a etkisinin incelenmesi amacıyla kurulmuş olan regresyon modeli anlamlıdır ($p < 0,05$). Yerel Komiteye Katılım, Bir Yere Aidiyet, Güven İnsan ve Güven Çevre Genel Kamusal Boyut'u pozitif etkilemekte ($B = ,244$; $B = ,312$; $B = 1,169$; $B = ,891$) iken Komşuluk İlişkileri negatif etkilemektedir ($B = -,657$). Kamusal habercilik olanaklarını en fazla etkileyen alt boyut 'Güven İnsan' iken en az etkileyen alt boyut 'Bir Yere Aidiyet'tir. Genel Kamusal Boyut üzerinde gerçekleşen değişimin yaklaşık %45'i; Yerel Komiteye Katılım, Bir Yere Aidiyet, Güven İnsan ve Güven Çevre ile Komşuluk İlişkileri tarafından açıklanmaktadır. Bu bağlamda regresyon modelinin, korelasyon analizinde çıkan sonuçlara paralel olduğu anlaşılmaktadır. Regresyon modelinde de korelasyon analizinde olduğu gibi kamusal habercilik olanaklarıyla en güçlü ilişki 'Güven İnsan' alt boyutunda gerçekleşmiştir. Ayrıca 'Komşuluk İlişkileri' alt boyutunun Genel Kamusal Boyut üzerinde negatif bir etkisinin söz konusu olması dikkat çekicidir (Tablo 30).

Tablo 31. Sosyal Sermaye Alt Boyutlarının KHO Faktör 2'ye Etkisi (Regresyon)

Bağımlı Değ	Bağımsız Değ	F	P	B	t	p	R2
KHO Faktör2 (Haber Aktörlerinin Aktarımı)	Yerel Komiteye Katılım			,093	1,643	,101	
	Komşuluk İlişkileri			,273	3,681	,000*	
	Bir Yere Aidiyet			-,198	-1,935	,054	
	Başkalığa Tolerans			-,151	-,995	,320	
	STK Üyeliği	25,785	,000	,011	,095	,925	,383
	Güven İnsan			,483	4,999	,000*	
	Güven Çevre			,751	5,793	,000*	
	Sosyal Konularda İnisiyatif			,594	4,946	,000*	
	Sosyal Temsilcilik			,135	,831	,407	

p* < 0,05 = etki var; p > 0,05 = etki yok

Sosyal sermaye alt boyutlarının Haber Aktörlerinin Aktarımı'na etkisinin incelenmesi amacıyla kurulmuş olan regresyon modeli anlamlıdır ($p < 0,05$). 'Komşuluk İlişkileri', 'Güven İnsan', 'Güven Çevre' ve 'Sosyal Konularda İnisiyatif' alt boyutları, Haber Aktörlerinin Aktarımı'nı pozitif etkilemektedir ($B = ,273$; $B = ,483$; $B = ,751$; $B = ,594$). En fazla etkileyen alt boyut 'Güven Çevre' iken en az etkileyen alt boyut 'Komşuluk İlişkileri'dir. Haber Aktörlerinin Aktarımı'ndaki değişimin yaklaşık %38'i Komşuluk İlişkileri, Güven İnsan, Güven Çevre ve Sosyal Konularda İnisiyatif tarafından açıklanmaktadır (Tablo 31).

Gazeteci aktörün, toplumsal hayatı olumlu yönde etkileyecek "formal veya informal yerel yönetime katılımı" şeklinde açıklanan '**Yerel Komiteye Katılım**', bulunulan bölgede gönüllülük esasına dayalı olarak sosyal fayda sağlamak amacını yansıtmaktadır (Onyx ve Bullen, 2000; Ardahan, 2010). Bu yapılar, doğrudan kamusal sorunların çözülmesine yönelik olduğundan, gazeteci aktörlerin bu tür formal ya da informal topluluklara katılımı, bölgedeki kamusal sorunlarla ilgili bilgilenme düzeylerini arttırmaktadır. Dolayısıyla, yerel yönetime katılımın kamusal sorunlarla ilgili bilgiye erişim olanaklarını arttırarak kamusal habercilik olanaklarını kolaylaştırdığı tahmin edilmektedir.

'**Bir Yere Aidiyet**' alt boyutunun ise, Genel Kamusal Boyut üzerinde olumlu bir etkisi söz konusu olmuştur. Yapısal eşitlik modelinde bu alt boyutun, Haber Aktörlerinin Aktarımı üzerinde olumsuz bir etkisini görülmekteydi. Bu durum medya kuruluşlarının politikaları ve çıkarlarına bağlı olarak, gazeteciler üzerinde yarattığı baskı ile

açıklanmıştı. Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği'nde bir araya gelerek faktör oluşturan ifadeler incelendiğinde, birinci faktörün daha genel kamusal meselelerle ilgili olduğu görülmektedir. İkinci faktör ise, daha çok doğrudan kamusal sorunların muhatabı olan kişilerle ilgili habercilik olanaklarını araştırmaktadır. Dolayısıyla boyutlar arasında oluşan farklılaşmanın, boyutları ölçen ifadelerdeki farklılaşmadan kaynaklandığı düşünülmektedir. Buna göre, 'Bir Yere Aidiyet' alt boyutu, 'Genel Kamusal Boyut' üzerinde pozitif etkide bulunmuştur. Çalışılan medya kuruluşuna aidiyetin, gazetecilerin genel kamusal sorunlarla ilişkili haber yapma olanaklarında olumlu bir etkisi söz konusu olmaktadır. Bu bağlamda medya kuruluşlarının, gazetecilerin mesleki pratiklerini çeşitli yollarla (haber odası sosyalleşmesi gibi) politikalarıyla uyumlu hale getirdikleri bilinmektedir (Browne, 2001; Harrison, 2008). Dolayısıyla kurumlarına aidiyet duyan gazetecilerin, medya kuruluşunun politikalarıyla uyumlu hale gelmelerinin genel kamusal boyut açısından bir çeşit konformizm oluşturduğu düşünülmektedir. Bu uyumlaşma süreci, hazır kaynaklardan gelen bilgilerin kullanılmasına ve gazetecilerin kamusal habercilik olanaklarını kısmen kolay algılamalarına neden olabilmektedir.

Gazetecilerin diğer insanlara ve topluma duyduğu inanç ve bağlanma düzeyini ifade eden '**Güven İnsan**' (Onyx ve Bullen, 2000; Ardahan, 2010) alt boyutunun, kamusal habercilik olanaklarının her iki alt boyutunu da olumlu etkilemesi son derece anlamlıdır. Gazeteciliğin temel dinamiği, toplumdaki diğer insanlarla etkileşimlere ve bilgi akışına dayanmaktadır. Dolayısıyla, gazetecilik faaliyetlerinin haber kaynaklarıyla güven temelli ilişkiler kurmaksızın mümkün olamayacağı hatırlandığında (Schudson, 2003; Tokgöz, 2008; White, 2008), insanlara olan güvenin, kamusal habercilik olanakları üzerindeki olumlu etkisi anlamlı hale gelmektedir.

Kamusal habercilik olanaklarının her iki alt boyutu üzerinde olumlu etkisi bulunan bir diğer sosyal sermaye alt boyutunun '**Güven Çevre**' olduğu görülmektedir. Gazeteci aktörün, "yaşadığı yerdeki mahalleyi, çevreyi güvenilir bulması" (Onyx ve Bullen, 2000; Ardahan, 2010) şeklinde açıklanan 'Güven Çevre' sosyal sermaye literatürü açısından oldukça önemli bir alt boyuttur. Bir bölgedeki suç oranlarının fazlalığı, çok sayıda yasadışı faaliyetin söz konusu olması, sosyal sermaye erozyonuna yol açan unsurlardan biri olarak değerlendirilebilir (Park ve Burgess, 1921; Burgess, 1928; Sampson, Raudensbush, Earls, 1997; Kawachi, Kennedy ve Wilkinson, 1999; Kızmaz,

2012; Karakuş, 2013). Bu bağlamda bu tür kanun dışı fiiller ‘Güven Çevre’ alt boyutuyla açıklanan algılamalara zarar vermektedir. Diğer taraftan suç oranlarındaki artış, suç örgütleri, çeteler gibi yapılanmaların fazlalığı, doğal olarak kamusal habercilik olanaklarını zorlaştırmaktadır. Gazeteciliğin en fazla meslek ölümlerinin yaşandığı, şiddetin sıklıkla söz konusu olduğu alanlardan birisi olduğu hatırlanacak olursa (Fleeson, 2000; Feinstein, 2006; White, 2008; Yılmaz, 2015), suç oranlarının yüksek olduğu bölgelerde kamusal gazetecilik yapmanın son derece ‘tehlikeli’ ve ‘zor’ bir çaba olduğu somut bir gerçektir.

‘Komşuluk İlişkileri’ alt boyutunun, ‘Genel Kamusal Boyut’ üzerinde negatif bir etki oluşturması ise oldukça ilginçtir. Sosyal sermaye literatürü bakımından son derece kritik bir rolü bulunan komşuluk ilişkilerinin (Karagül ve Masca, 2005), toplumsal açıdan son derece önemli bir yeri vardır (Gündüz ve Yıldız, 2008; Özbay, 2014). Ancak şehir hayatının getirdiği yeni yaşam tarzlarının, komşuluk ilişkilerini zayıflatabilmektedir (Şensoy ve Karadağ, 2013). Ayrıca ‘Komşuluk İlişkileri’ boyutunun, ‘Haber Aktörlerinin Aktarımı’ üzerinde ise, pozitif bir etkisi bulunmasına karşın, bu etkinin zayıf düzeyde olduğu gözlenmiştir. Gazetecilerin iletişim ağlarının araştırıldığı kısımda da komşularla olan ilişkilerin sayısı ve yakınlığı diğer gruplara göre düşük çıkmıştır. Bu bağlamda, komşuluk ilişkileriyle ilgili oluşan olumsuz tablonun, sosyal yaşamdaki genel değişimle ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

‘Sosyal Konularda İnisiyatif’ alt boyutunun, ‘Haber Aktörlerinin Aktarımı’ üzerinde olumlu bir etkisi gözlenmiştir. Kamusal gazetecilik açısından bilgiye nereden ulaşabileceğini bilebilmek ve önüne gelen kamusal meselelerle alakalı istihbaratlarla ne yapacağı konusunda hızlı kararlar alabilmek (yani ‘sosyal yapı için inisiyatif almak’) hayati bir önem taşımaktadır. ‘Sosyal Konularda İnisiyatif’ (Onyx ve Bullen, 2000; Ardahan, 2010) alt boyutunun, kamusal habercilik olanakları üzerindeki olumlu etkisi bu bağlamda değerlendirildiğinde, böyle özelliklere sahip olan gazetecilerin (Yücedoğan, 1998; Browne, 2001; White, 2005) kamusal sorunlarla ilgili istihbaratlara ulaşabilmeleri ve sosyal yapı adına habere dönüştürme refleksi göstermelerinin daha kolay olduğu söylenebilir.

İlk iki regresyon modeli, sosyal sermayenin altı alt boyutunun Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği’nin faktörleri üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Bunlar; ‘Yerel Komiteye Katılım’ (Faktör 1: B=,244) , ‘Bir Yere Aidiyet’ (Faktör 1: B=,244), ‘Güven

İnsan' (Faktör 1: B=1,169; Faktör 2: B=,483), 'Güven Çevre' (Faktör 1: B=1,169; Faktör 2: B=,751), 'Komşuluk İlişkileri' (Faktör 1: B=-,657; Faktör 2: B=,273), 'Sosyal Konularda İnisiyatif' (Faktör 2: B=,751) şeklindedir. 'Başkalığa Tolerans', 'STK Üyeliği' ve 'Sosyal Temsilcilik' şeklinde sıralanan sosyal sermayenin diğer üç alt boyutunun ise, Kamusal Habercilik Olanakları alt faktörleri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Bu bağlamda, sosyal sermayenin kamusal habercilik olanaklarına etkisinin incelenmesi amacıyla üçüncü bir regresyon modeli oluşturulmuştur.

Tablo 32. Sosyal Sermayenin Kamusal Habercilik Olanaklarına Etkisi (Regresyon)

Bağımlı Değ	Bağımsız Değ	F	p	B	T	p	R2
Kamusal Habercilik Olanakları	Sosyal Sermaye	153,661	,000	,458	12,396	,000	,287
p* < 0,05 = etki var; p > 0,05 = etki yok							

Sosyal sermayenin kamusal habercilik olanaklarına etkisinin incelenmesi amacıyla kurulmuş olan regresyon modeli de anlamlıdır ($p < 0,05$). Kurulan üçüncü regresyon modelinin de önceki analizleri desteklediği görülmektedir. Sosyal sermaye, kamusal habercilik olanaklarını pozitif etkilemekte ($B = ,458$) ve kamusal habercilik olanaklarındaki değişimin yaklaşık %29'u, beklenen şekilde sosyal sermaye tarafından açıklanmaktadır (Tablo 32). Kamusal habercilik olanaklarındaki değişimin sosyal sermaye tarafından açıklanmayan yaklaşık %71'lik kısmında ise; medya kuruluşu, siyasal ve ekonomik değişkenler gibi farklı unsurların etkili olabileceği tahmin edilmektedir.

Dolayısıyla elde edilen bulgular, sosyal sermayenin kamusal habercilik olanakları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunduğunu göstermektedir.

3.4.5. Sosyal Sermayenin Kişisel Değişkenler Açısından İncelenmesi

Araştırma soruları kapsamında sosyal sermaye, kişisel değişkenler açısından incelenmiştir. Yapılan analiz ve yorumları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 33, araştırmaya katılan gazetecilerin dört değişken açısından sosyal sermayelerinde anlamlı bir farklılaşma bulunmadığını göstermektedir. Bunlar; aylık ortalama gelir, cinsiyet, medeni durum ve öğrenim durumu değişkenleridir ($p > 0,05$). Ancak belirtilen değişkenlerle ilgili sosyal sermayenin bazı alt boyutları açısından

farklılaşmalar tespit edilmiştir. İlgili alt boyutlardaki farklılaşmalar ayrıca değerlendirilmektedir.

Yaşadığı şehir farklı olan gruplar arasında ise, sosyal sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Yapılan analizlerde İzmir, İstanbul, Ankara ve Tekirdağ illeri arasında anlamlı farklılaşmanın bulunduğu anlaşılmaktadır. Buna göre İzmir’de yaşayanların sosyal sermaye puan ortalaması en büyük iken İstanbul’da yaşayanlar ikinci, Ankara’da yaşayanlar ise üçüncü yüksek ortalamaya sahiptir. Tekirdağ’da yaşayanlar ise en düşük ortalamalara sahiptir (Tablo 33). Yaşanan bölgelerin sunduğu olanak ve sınırların, sosyal sermaye farklılaşmalarına neden olduğu tahmin edilmektedir (Putnam, 1993; Çekiç, 2012). Bu bağlamda ikili farklar incelendiğinde İzmir, sosyal sermaye açısından diğer şehirlere göre belirgin şekilde farklılaşmaktadır. Dolayısıyla, şehirlere göre gözlemlenen sosyal sermaye farklılaşmaların ilgili şehirlerin sunduğu sosyal doku ile ilişkili olabileceği tahmin edilmektedir.

Tablo 33. Sosyal Sermayenin Kişisel Değişkenler Açısından İncelenmesi

Sosyal Sermaye	Aylık ortalama gelir	n	Ortalama	ss	F	P	İkili Fark
	2000TL ve daha az	50	71,42	11,29	0,017	,997	
	2001TL-3000TL	110	71,42	10,44			
	3001TL-4000TL	139	71,19	9,30			
	4001TL ve üstü	85	71,41	7,91			
	Cinsiyetiniz	n	Ortalama	ss	t	P	
	Kadın	160	70,31	9,05	-1,776	,077	
	Erkek	224	72,07	9,94			
	Medeni Durumunuz?	n	Ortalama	ss	t	P	
	Evli	202	72,09	9,73	1,628	,104	
	Bekar	182	70,49	9,43			
	Öğrenim durumu	n	Ortalama	ss	F	P	İkili Fark
	İlkokul/Ortaokul	14	72,79	3,60	1,793	,148	
	Lise	22	71,50	15,56			
	Lisans	279	70,69	9,81			
	Yüksek Lisans	69	73,58	6,45			
	Yaşadığınız Şehir	n	Ortalama	ss	F	P	İkili Fark
	İstanbul	125	71,10	8,15	3,278	,001*	1-3
	Ankara	64	69,22	9,85			2-3
	İzmir	44	76,70	8,33			3-9
	Samsun	26	70,42	9,00			
	Kayseri	29	69,97	10,56			
	Antalya	21	72,29	10,99			
	Konya	24	72,71	12,85			
	Bursa	11	66,82	6,37			
	Tekirdağ	25	67,92	8,54			
	Diğer	15	76,27	11,62			
	Kaç yıldır bu şehirde yaşıyorsunuz?	n	Ortalama	Ss	F	P	İkili Fark
	10 yıldan az	106	68,05	9,96	6,189	,000*	1-2
	10-19 yıl	121	72,79	9,93			1-3
	20-29 yıl	74	71,80	7,32			1-4
	30 yıl ve daha fazla	83	73,00	9,58			

p* $<0,05$ =fark var; p $>0,05$ =fark yok

Ayrıca bulunulan şehirde yaşama süresi farklı olan gruplar arasında sosyal sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p $<0,05$). Buna göre,

şehirde 30 yıl ve daha fazla süredir yaşayanların sosyal sermaye puan ortalaması en büyük iken 10 yıldan az süredir yaşayanların ortalaması ise en düşüktür (Tablo 33). Sosyal sermaye ile toplulukta bulunma süresi arasında bir ilişki beklenmektedir (Yang, 2016). Toplulukta bulunma süresi arttıkça sosyal sermaye olumlu anlamda etkilenmektedir. Çeşitli sebeplerle muhit ya da şehir değiştirilmesi gibi durumlarda, sosyal sermayenin farklı boyutları erozyona uğrayabilmektedir (Jacobs, 1961; Putnam, 2000; Field, 2008; Karakurt, 2008). Gerek bireysel düzlemde gerekse toplumsal düzlemde sosyal sermaye zaman içinde inşa edilen bir kaynak olarak kabul edilmektedir. Şehirde yaşama süresiyle sosyal sermaye ve alt boyutları arasındaki ilişkilerin incelendiği analizde, sosyal sermaye literatürünü destekleyen sonuçların söz konusu olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, şehirde yaşanan süre arttıkça sosyal sermayede bir artış söz konusu olduğu ve gazetecilerin toplumsal ilişkilerinin güçlendiği anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan gelir durumu, cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu açısından sosyal sermayenin bazı alt boyutlarında farklılaşmalar tespit edilmiştir. Bu farklılaşmalar aşağıda yer almaktadır (Tablo 34).

Aylık ortalama geliri farklı olan gazeteciler arasında, ‘Bir Yere Aidiyet’ açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre, aylık ortalama geliri 4001TL ve üstü olanların Bir Yere Aidiyet puan ortalaması en yüksek iken, 2000 TL’nin altında kazanan gazetecilerin ilgili alt boyut ortalaması anlamlı şekilde düşmektedir (Tablo 34). Gelir artışının çalışanların motivasyonlarının artması, kuruma aidiyet duymaları gibi oldukça beklenen sonuçları bulunmaktadır. Bu durum, çalışanların iş yerlerinde meslektaşlarıyla yardımlaşma konusundaki istekliliğini de arttıran bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 34. Kişisel Değişkenler Açısından Farklılaşan Sosyal Sermaye Alt Boyutları

	Aylık ortalama gelir	n	Ortalama	ss	F	P	İkili Fark
Bir Yere Aidiyet	2000TL ve daha az	50	7,82	2,16	2,934	,033*	1-4
	2001TL-3000TL	110	8,07	2,06			
	3001TL-4000TL	139	8,27	2,01			
	4001TL ve üstü	85	8,76	1,80			
	Cinsiyetiniz	N	Ortalama	ss	T	p	
Güven Çevre	Kadın	160	5,24	1,32	-2,003	,046*	
	Erkek	224	5,54	1,58			
Sosyal Temsilcilik	Kadın	160	5,60	1,24	-2,411	,016*	
	Erkek	224	5,91	1,22			
	Medeni Durum	N	Ortalama	Ss	T	p	
Bir Yere Aidiyet	Evli	202	8,48	2,02	2,210	,028*	
	Bekar	182	8,03	1,99			
	Öğrenim durumu	n	Ortalama	Ss	F	p	İkili Fark
Yerel Komiteye Katılım	İlkokul/Ortaokul	14	8,86	2,38	3,289	,021*	1-4
	Lise	22	10,23	2,91			
	Lisans	279	10,57	3,32			
	Yüksek Lisans	69	11,49	2,81			
Komşuluk İlişkileri	İlkokul/Ortaokul	14	16,14	1,99	3,454	,017*	1-4
	Lise	22	14,91	2,52			
	Lisans	279	14,52	2,61			
	Yüksek Lisans	69	13,96	1,69			
Bir Yere Aidiyet	İlkokul/Ortaokul	14	9,21	2,22	4,618	,003*	3-4
	Lise	22	7,95	2,85			
	Lisans	279	8,08	2,02			
	Yüksek Lisans	69	8,93	1,41			
Güven İnsan	İlkokul/Ortaokul	14	7,43	1,79	4,456	,004*	3-4
	Lise	22	7,45	2,54			
	Lisans	279	7,22	2,10			
	Yüksek Lisans	69	8,25	1,91			
Güven Çevre	İlkokul/Ortaokul	14	5,86	1,10	4,385	,005*	2-3
	Lise	22	6,27	1,80			
	Lisans	279	5,27	1,53			
	Yüksek Lisans	69	5,64	1,06			

p* < 0,05 = fark var; p > 0,05 = fark yok

Kadın ile erkekler arasında Güven Çevre ve Sosyal Temsilcilik açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Buna göre, erkeklerin ‘Güven Çevre’ ve ‘Sosyal Temsilcilik’ puan ortalaması daha büyüktür. Erkek katılımcılar, sosyal

çevreye daha fazla güvenmekte ve sosyal temsilcilik unsurlarına daha yüksek bir ortalama ile katılım sergilemektedir (Tablo 34). Kültürel, sosyal, dini ve ideolojik etmenler kadınlarla erkeklerin olay ve olgular hakkındaki algılamalarında birtakım farklılaşmalara neden olabilmektedir. Ataerkil toplum yapısından kaynaklı olarak, kadın ve erkekler arasında toplumsal rol farklılaşması söz konusu olmaktadır (Başak, 2010; Başak ve Öztaş, 2010; Aşkın ve Barış, 2016). Dolayısıyla kadınların bulundukları sosyal çevreye daha güvensiz yaklaşımlarının, toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Ayrıca kadınların ‘sosyal temsilcilik’ rolleri üstlenme bakımından erkeklere göre daha düşük bir ortalama sergilemeleri, benzer düzlemde değerlendirilebilir.

Ayrıca, evli ile bekarlar arasında Bir Yere Aidiyet açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre evli olanların Bir Yere Aidiyet puan ortalaması daha büyüktür (Tablo 34). Medeni duruma göre söz konusu olan farklılaşma, evli bireylerin ‘bir yere aidiyet’ duygusunun bekarlara göre daha fazla olduğunu göstermektedir. Evli bireyler ‘aile’ olmanın gerektirdiği sorumlulukları daha fazla hissetmektedir. Buna bağlı olarak ailenin geçiminin sağlanması amacıyla sürekli ve güvenli bir çalışma ortamına ihtiyaç duymaktadırlar (Benkhoff, 1997; Durna ve Eren, 2005; Özkaya, Kocakoç ve Kara, 2006; Kurşunoğlu, Bakay, Tanrıöğren, 2010). Bu durum belirli bir düzen arayışı, belirsizlikten kaçınma eğilimlerini ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla evli çalışanların, mevcut medya kuruluşlarında kalıcı olmak, işyerinin bir parçası olmak konusunda daha istekli olmaları söz konusu olabilir. Bekar çalışanların ise sosyal hareketliliğe daha müsait olabilmeleri, iş değişiklikleri konusunda daha esnek davranabilmeleri nedeniyle çalıştıkları kurumlara görece daha az bağlanabilmektedir.

Sosyal sermayenin alt boyutları içinde, en fazla anlamlı farkın bulunduğu kişisel değişkenlerden biri öğrenim durumudur. Öğrenim durumu farklı olan gruplar arasında, Yerel Komiteye Katılım, Komşuluk İlişkileri, Bir Yere Aidiyet, Güven İnsan ve Güven Çevre açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre, yüksek lisans mezunu olanların Yerel Komiteye Katılım puan ortalaması en büyük iken, ilköğretim mezunlarının en düşüktür. İlkokul/Ortaokul mezunu olanların Komşuluk İlişkileri puan ortalaması en büyük iken, eğitim düzeyi arttıkça ortalama düşmektedir. Lisans mezunu olanların Bir Yere Aidiyet puan ortalaması, yüksek lisans mezunu olanlara göre daha düşüktür. Yüksek lisans mezunu olanların Güven İnsan puan

ortalaması en büyük iken, lisans mezunu olanların insanlara güven açısından daha düşük bir ortalamaoya sahip oldukları anlaşılmaktadır. Lise mezunu olanların Güven Çevre puan ortalaması en büyük iken lisans mezunu olanların daha düşük ortalamalar sergilediği anlaşılmaktadır (Tablo 34).

Öğrenim durumunu açısında gerçekleşen farklılaşmalar, bireylerin bilinç seviyesinin artması ve öğrenim esnasında sağlanan sosyalleşme alışkanlıklarının farklılaşması üzerinden değerlendirilebilir (Toprak ve Bozgeyikli, 2011). Eğitim hayatının sağladığı bilinç ve sosyalleşme alışkanlıkları, toplumsal meselelere duyulan ilgiyi ve Yerel Komiteye Katılım davranışlarını arttırabilmektedir.

Öğrenim durumu yükseldikçe, komşuluk ilişkilerinin zayıflaması ise oldukça dikkat çekici bir sonuçtur. Komşuluk ilişkileri, diğer insanlara ve çevreye duyulan güven duygusunun artmasında son derece önem taşımaktadır (Karagül ve Masca, 2008; Gündüz ve Yıldız, 2008; Özbay, 204). Ancak eğitim hayatıyla sosyal ilişkilerin kurulduğu alanların farklılaşabilmesi, bu durumun sebepleri arasında değerlendirilebilir. Öğrenim durumu daha düşük olan katılımcıların, yaşadıkları sosyal çevre olan mahallerde sosyalleşme eğilimlerinin bulunabilmesi, komşuluk ilişkilerinin daha yüksek çıkma olasılığını arttırmaktadır. Öğrenim durumu arttıkça komşuluk ilişkilerinin zayıflaması, çalışmada komşuluk ilişkileriyle ilgili çıkan diğer sonuçlar değerlendirildiğinde, ayrıca araştırılması gereken bir durum olarak değerlendirilmektedir.

Bir Yere Aidiyet açısından, lisans mezunu olanların Bir Yere Aidiyet puan ortalaması, yüksek lisans mezunu olanlara göre daha düşüktür. Bu durum, eğitim düzeyinin sağladığı daha iyi iş fırsatları üzerinden yorumlanabilir. Eğitim düzeyi, bireylerin donanımları hakkında bir gösterge olarak değerlendirildiğinde (Öztürk, 2005), daha kurumsal ve iyi şartlarda çalışmalarına olanak sağlayan, kurum içi yükselmelerde avantaj sağlayabilecek önemli unsurlardan biridir. Eğitim düzeyi arttıkça iyileşen iş ortamı, gazetecilerin çalıştıkları işyerlerine aidiyetlerinin artması, kendilerini iş yerlerinin bir parçası olarak görmeleri gibi sonuçları doğurabilmektedir.

Diğer yandan öğrenim durumu farklı olan gruplar arasında, Güven İnsan boyutu açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre, yüksek lisans mezunu olanların Güven İnsan puan ortalaması en büyük iken, lisans mezunu olanların insanlara güven açısından daha düşük bir ortalamaoya sahip oldukları

anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, eğitim seviyesindeki artışın, diğer insanlarla güven temelli ilişkiler geliştirilmesinde olumlu bir katkısının söz konusu olabileceği anlaşılmaktadır.

Öğrenim durumu farklı olan gruplar arasında, Güven Çevre açısından da istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre, lise mezunu olanların Güven Çevre puan ortalaması en büyük iken lisans mezunu olanların daha düşük ortalamalar sergilediği anlaşılmaktadır. Eğitim düzeyi arttıkça, çevreye olan güvensizliğin artması oldukça ilginç bir sonucu yansıtmaktadır.

3.4.6. Kamusal Habercilik Olanaklarının Kişisel Değişkenler Açısından İncelenmesi

Kamusal habercilik olanaklarında, kişisel değişkenler açısından farklılaşmalar meydana gelmiştir. Tablo 35 ilgili farklılaşmaları yansıtmaktadır.

Öğrenim durumu farklı olan gruplar arasında kamusal habercilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre yüksek lisans mezunu olanların kamusal habercilik olanakları puan ortalaması en büyük iken ilkokul/ortaokul mezunu olanların en düşüktür. İkili farklar incelendiğinde, eğitim düzeyi daha yüksek olan grupların düşük olanlara göre kamusal habercilik olanaklarını daha kolay algılandığı gözlenmektedir (Tablo 35).

Yaşadığı şehir farklı olan gruplar arasında, kamusal habercilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre, İzmir’de yaşayanların Kamusal Habercilik Olanakları puan ortalaması en büyük iken Bursa’da yaşayanların en küçüktür. İzmir’den sonra en yüksek ortalamalar İstanbul ve Ankara illerindedir. Genel olarak kamusal habercilik olanakları açısından en fazla zorlukla karşılaşılan şehir olarak, Bursa ilinin öne çıkması ve en düşük ortalamaya sahip olması oldukça dikkat çekicidir. Bu şehri; Samsun, Kayseri ve Tekirdağ illerinin izlediği görülmektedir. Kamusal habercilik olanaklarını en ‘kolay’ olarak değerlendiren gazetecilerin ise sosyal sermaye ortalamalarına paralel olarak İzmir’de olduğu anlaşılmaktadır. Bu şehri İstanbul ve Ankara illeri takip etmektedir. (Tablo 35). Sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanaklarında şehirlere göre yaşanan farklılaşmanın ciddi anlamda benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu durumun arka planında ilgili şehirlerin siyasi, kültürel, ekonomik, sosyal dokusu gibi birçok etmenin etkili olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla İzmir şehrinin hem sosyal sermaye ve alt boyutları bakımından hem de kamusal habercilik olanakları bakımından ön plana çıkması,

yaşanılan şehirlerdeki sosyal sermayenin kamusal gazetecilik olanakları için daha elverişli bir zemin sağlayabileceği düşüncesini desteklemektedir.

Tablo 35. Kamusal Habercilik Olanaklarının Kişisel Değişkenler Açısından İncelenmesi

Kamusal Habercilik Olanakları	Aylık ortalama gelir	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	2000TL ve daha az	50	33,16	8,13	1,095	,351	
	2001TL-3000TL	110	33,66	8,13			
	3001TL-4000TL	139	34,43	8,39			
	4001TL ve üstü	85	35,44	8,03			
	Cinsiyetiniz	n	Ortalama	ss	t	p	
	Kadın	160	33,84	7,70	-,869	,385	
	Erkek	224	34,58	8,55			
	Medeni Durumunuz?	n	Ortalama	ss	t	p	
	Evli	202	33,90	8,56	-,924	,356	
	Bekar	182	34,68	7,80			
Kamusal Habercilik Olanakları	Öğrenim durumu	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	İlkokul/Ortaokul	14	29,50	5,23	14,599	,000*	1-2
	Lise	22	37,36	10,78			1-4
	Lisans	279	33,03	8,04			3-4
	Yüksek Lisans	69	39,25	5,87			
	Yaşadığınız Şehir	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	İstanbul	125	36,50	6,79	8,046	,000*	1-4
	Ankara	64	34,66	8,78			1-5
	İzmir	44	39,68	7,14			1-8
	Samsun	26	29,00	6,54			1-9
	Kayseri	29	30,28	8,45			2-3
	Antalya	21	32,33	9,08			2-4
	Konya	24	32,46	9,14			3-4
	Bursa	11	28,00	2,49			3-5
	Tekirdağ	25	30,32	5,75			3-6
	Diğer	15	31,73	9,81			3-7
Kamusal Habercilik Olanakları	Şehirde yaşama süresi	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	10 yıldan az	106	31,75	8,05	21,299	,000*	1-2
	10-19 yıl	121	38,45	7,81			2-3
	20-29 yıl	74	34,73	7,32			2-4
	30 yıl ve daha fazla	83	30,96	7,01			3-4

p* $<0,05$ =fark var; p $>0,05$ =fark yok

Şehirde yaşama süresi farklı olan gruplar arasında da kamusal habercilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre, bulundukları şehirde 10 ila 19 yıldır yaşayanların kamusal habercilik olanakları puan ortalaması en büyüktür. 30 yıl ve daha fazla süredir yaşayanların kamusal habercilik olanakları ortalamaları ise, en düşük iken, bunu 10 yıldan az süredir gazetecilik yapanların oldukça yakın bir puan ortalamasıyla izlediği görülmektedir (Tablo 35).

Toplulukta bulunma süresinin sosyal sermayeyle de bağlantılı olarak, kamusal gazetecilik pratiklerini kolaylaştırdığı düşünülmektedir (Yang, 2016). Zaman içinde gelişen ilişkiler, gazetecilere çeşitli toplumsal çevrelerden bilgi akışı sağlamaktadır. Bölgedeki insanlarla kişisel ilişkiler geliştirme, topluluk bağları oluşturma, toplumsal meselelere hâkim olma ve ortak kültürü paylaşma olanakları, aktörlerin yaşadıkları bölgede bulundukları süre ölçüsünde artmaktadır. Ancak ilgili analizler, 10 ila 19 yıldır ilgili şehirde yaşadığını belirten gazetecilerin kamusal habercilik olanaklarını en kolay algıladığını, 20 yılın üstünde ve 10 yılın altında şehirde yaşama süresi bulunanların ise kamusal habercilik olanaklarını görece zor algıladıklarını göstermektedir. Şehirde yaşama süresi azaldıkça, kamusal habercilik olanaklarının zorlaşması beklenen bir durumdur. Bireylerin sosyal ilişkiler oluşturmaları, belirli bir çevre ve toplumsal konum edinmesi ile toplumsal dayanışma ağlarından yararlanabilmeleri zamana bağlı olarak gelişebilmektedir. 10 yılın altında şehirde yaşama süresi bulunanların, kamusal habercilik olanakları konusunda düşük ortalamalara sahip olması, bu yönden açıklanabilir.

Diğer yandan, sosyal sermaye ölçeğinde olduğu gibi aylık ortalama gelir, cinsiyet ve medeni durum açısından kamusal habercilik olanaklarında da anlamlı bir farklılaşmaya rastlanamamıştır ($p>0,05$). Gelire göre farklılaşmanın bulunmamasının, katılımcıların gelir dağılımı açısından birbirlerine yakın bir profil sergilemelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Cinsiyete göre farkın bulunmamasının ise son dönemde kadınların hem işgücü olarak medya alanına (Tufan Tanrıöver, 2000) hem de toplumsal örgütlenmelere katılımlarının (Başak ve Öztaş, 2010) artmasıyla ilişkili olabileceği tahmin edilmektedir.

3.4.7. Sosyal Sermayenin Mesleki Değişkenler Açısından İncelenmesi

Araştırma tasarımı kapsamında, gazetecilikle ilgili birtakım mesleki değişkenler belirlenmiştir. Mesleki değişkenlerle sosyal sermaye arasındaki ilişkiler bu başlık altında incelenmektedir.

Tablo 36. Sosyal Sermayenin Mesleki Değişkenler Açısından İncelenmesi

Sosyal Sermaye	Gazetecilikle ilgili mesleki örgütlenme	n	Ortalama	ss	t	p	
	Yok	269	70,32	9,93	-2,923	,004*	
	Sadece bir	109	73,47	8,26			
	Çalışılan Medya Tipi	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Özel Sektör/Ticari	350	71,59	9,54	1,245	,214	
	Serbest Çalışıyorum	30	69,33	9,46			
	Gazetecilik Eğitim Süresi	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Hiç almadım	15	73,93	13,79			
	1 yıldan kısa süreli	77	71,14	10,08			
	2 yıl	118	71,31	8,22	0,475	,754	
	4 yıl	160	71,39	9,85			
	6 yıl ve daha fazla	14	69,07	10,56			
	Gazetecilik süresi	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	1 yıldan az	58	68,36	7,81			1-6
	1-5 yıl	97	70,58	11,13			2-6
	6-10 yıl	125	72,13	7,90	5,342	,000*	3-6
	11-15 yıl	56	69,59	11,89			4-6
	16-20 yıl	28	74,39	5,64			5-6
	21 yıl ve daha fazla	20	79,25	8,17			
	Gazetecilik faaliyetlerinin kapsamı	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Ulusal	105	68,81	9,68			
	Bölgesel	165	71,52	9,66	6,437	,002*	1-3
	Yerel	114	73,39	9,00			
	Kamusal haber üretim sıklığı	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Hiç	20	63,90	8,56			
	Her gün	30	70,47	9,61			1-4
	2-4 günde bir	25	69,56	6,99	4,087	,001*	1-5
	Haftada bir	76	71,82	10,88			1-6
	İki haftada bir	41	73,49	5,82			
	Ayda bir	71	74,08	11,07			
	Kamusal haber üretim sayısı	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark

Sıfır	86	70,67	9,63		
Sadece 1	65	76,18	9,70		1-2
2-7	151	71,01	8,11	5,378	2-3
8-14	42	69,36	11,73	,000*	2-4
15-22	25	66,44	11,28		2-5
23 ve üstü	15	71,07	6,04		

p* $<0,05$ =fark var; p $>0,05$ =fark yok

Çalışılan medya tipi ve gazetecilik eğitim süreleri açısından sosyal sermayede anlamlı bir farklılaşma tespit edilememiştir (p $>0,05$). Katılımcıların ilgili kategorilerdeki dağılımları dengeli olmadığından, anlamlı fark tespit edilememiş olabileceği tahmin edilmektedir.

Gazetecilikle ilgili mesleki örgütlenmeye üye olma durumu farklı olan gruplar arasında, sosyal sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p $<0,05$). Buna göre böyle bir örgütlenmeye üye olanların sosyal sermaye puan ortalaması daha büyüktür (Tablo 36). Dernekleşme oranları, sosyal sermayenin önemli bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Putnam, 1995, 2000). Sosyal yardımlaşmanın örgütlü olarak gerçekleştirildiği dernek, cemiyet, sendika gibi kuruluşların sayısı ile sosyal sermayenin önemli ölçüde ilişkilendirildiği bilinmektedir. Bu bakımdan gazetecilik alanında üye olunan mesleki örgütlenmelerin, sosyal sermaye üzerinde önemli faydalar sağladığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla mesleki örgütlenme üyeliğinin, sosyal sermaye üzerinde olumlu bir etkisinden bahsetmek mümkündür.

Gazetecilik deneyimi farklı olan gruplar arasında, sosyal sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p $<0,05$). Buna göre 21 yıl ve daha fazla süredir gazetecilik yapanların sosyal sermaye puan ortalaması en büyük iken, 1 yıldan az süredir gazetecilik yapanların ortalaması en düşüktür (Tablo 36). İkili farklara göre, 1 yıldan az süredir gazetecilik yapanların diğer tüm gruplara göre sosyal sermaye ortalamaları daha düşüktür. Sosyal sermaye, zamana bağlı olarak gelişebilen bir kaynaktır. Gazetecilik mesleği, kendine has dinamikleri nedeniyle çok farklı çevrelerle ilişki geliştirilmesi ve bazı toplumsal davranışları gerekli kılması nedeniyle, gazetecilere sosyal sermaye avantajları sağlamaktadır. Daha uzun süredir gazetecilik yapan aktörler, bu avantajlardan daha fazla yararlanmaktadır.

Gazetecilik faaliyetinin kapsadığı alan farklı olan gruplar arasında, sosyal sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p $<0,05$). Buna göre, yerel

medyada çalışan gazetecilerin sosyal sermaye puan ortalaması en büyük iken, ulusal medyada çalışanların ortalaması en düşüktür (Tablo 36). Gazetecilik faaliyetlerinin kapsamı daraldıkça sosyal sermaye artmaktadır. Yerel ya da bölgesel gazetecilik faaliyetleri daha yakın mesafeli sosyal ilişkilere dayanmaktadır. Yerel ya da bölgesel düzeyde genellikle toplumun önde gelen kesimleri birbirlerini tanımakta ya da birbirlerinden haberdar olmaktadır. Toplumsal dinamikler daha hızlı biçimde harekete geçmektedir. Bu bağlamda, sosyal sermaye ve alt boyutları açısından söz konusu farklılaşmalar anlamlı hale gelmektedir. Ulusalda çalışan gazetecilerin sosyal sermaye ve alt boyutları bakımından düşük ortalamalara sahip olmaları ise; profesyonelleşme, çalışılan medyanın yapısı, büyük şehirlerde ikamet edilmesi gibi nedenlerle bağlantılıdır.

Kamusal haber ya da benzeri içerik üretme sıklığı farklı olan gruplar arasında da sosyal sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Ayda bir kamusal haber ürettiğini ifade edenlerin sosyal sermaye puan ortalaması en büyük iken, hiç üretmeyenlerin ortalaması en düşüktür (Tablo 36). Diğer bir ilginç sonuç ise, her gün kamusal haber ya da benzeri içerik üreten gazetecilerin sosyal sermaye bakımından en düşük ikinci ortalamaya sahip olmasıdır. Yani hiç haber üretmeyenler ve her gün üretim yapanların sosyal sermayeleri, diğer gruplara göre düşüktür. Ayrıca kamusal haber üretimi seyrekleştikçe, sosyal sermayede artış söz konusudur.

Üretilen kamusal haber ya da benzeri içerik sayısı farklı olan gruplar arasında da sosyal sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre sadece 1 kamusal haber ya da benzeri içerik üretenlerin sosyal sermaye puan ortalaması en büyük iken, 15-22 arası haber ürettiğini belirtenlerin ortalaması en düşüktür (Tablo 36). İkili farklar incelendiğinde, hiç üretim yapmayanların sadece 1 haber üretenlere göre, sosyal sermaye ortalamalarının daha düşük olduğu anlaşılmaktadır. Ancak ilginç bir şekilde, üretim sayısı fazla olan grupların düşük olan gruplara göre sosyal sermaye ortalamaları daha düşüktür. Bu durum, kamusal haber üretim sıklığı açısından yapılan analiz sonuçlarıyla benzerlik taşımaktadır.

Bazı mesleki değişkenlere göre, sosyal sermayenin Komşuluk İlişkileri, Güven Çevre, STK Üyeliği ve Sosyal Temsilcilik alt boyutlarında da anlamlı farklılaşmalar tespit edilmiştir ($p<0,05$). İlgili analizler Tablo 37’de yer almaktadır.

Tablo 37. Mesleki Değişkenler Açısından Sosyal Sermaye Alt Boyutlarında Gerçekleşen Farklılaşmalar

	Gazetecilik eğitim süresi	n	Ortalama	Ss	F	P	İkili Fark
Komşuluk İlişkileri	Hiç almadım	15	15,53	3,07		,000*	
	1 yıldan kısa süreli	77	15,57	2,37			2-3
	2 yıl	118	14,27	2,13	6,091		2-4
	4 yıl	160	14,12	2,45			
	6 yıl ve daha fazla	14	13,79	3,38			
Güven Çevre	Hiç almadım	15	6,53	1,64		,042*	
	1 yıldan kısa süreli	77	5,32	1,77			1-2
	2 yıl	118	5,36	1,34	2,496		1-3
	4 yıl	160	5,43	1,40			1-4
	6 yıl ve daha fazla	14	5,07	1,14			
	Çalışılan medya kuruluşu		Ortalama	ss	T	p	
STK Üyeligi	Özel Sektör/Ticari	350	3,59	1,52	4,977	,000*	
	Serbest Çalışıyorum	30	2,83	0,70			
Sosyal Temsilcilik	Özel Sektör/Ticari	350	5,82	1,22	2,119	,035*	
	Serbest Çalışıyorum	30	5,33	1,18			

p* $<0,05$ =fark var; p $>0,05$ =fark yok

Gazetecilikle ilgili eğitim alma süresine göre, sosyal sermayenin alt boyutlarından Komşuluk İlişkileri ve Güven Çevre açısından anlamlı bir farklılaşma söz konusu olmaktadır (p $<0,05$). İlginç bir sonuç olarak, hiçbir gazetecilik eğitimi almadığını ya da 1 yıldan kısa süreli gazetecilik eğitimi aldığını ifade edenlerin Komşuluk İlişkileri ortalaması en yüksek iken, gazetecilikle ilgili eğitim yılı arttıkça Komşuluk İlişkileri zayıflamaktadır. Benzer şekilde, hiçbir gazetecilik eğitimi almadığını ifade edenlerin Güven Çevre alt boyutuna ilişkin puan ortalaması, diğer tüm gruplara göre daha yüksektir (Tablo 37). Bu durum, öğrenim durumu açısından daha önce elde edilen sonuçları desteklemektedir. Bilindiği gibi eğitim, önemli bir beşerî sermaye kaynağı olarak görülmektedir (Easterly ve Wetzel, 1989; Becker, 1994). Ancak eğitimin önemli bir sosyal sermaye kaynağı olarak da görülmesi gerekmektedir. Eğitim hayatı, sosyalleşme alışkanlıklarında birtakım farklılaşmalara neden olabilmektedir (Toprak ve Bozgeyikli, 2011). Bu durumun komşuluk ilişkilerini ve dolayısıyla çevreye olan güveni zayıflatabileceği tahmin edilmektedir. Eğitim ortamı, farklı insanlarla etkileşime girilebilen, sosyal eylemlerin gerçekleştirildiği ve öğrenildiği alanlardır. Bu bakımdan gazetecilik eğitimi de alanla ilgili insanlarla tanışma fırsatları sağlayabilmekte ve sosyal

sermayeye bu bağlamda katkı sağlayabilmektedir. Eğitim hayatının ifade edilen olumlu yönlerine karşın, komşuluk ilişkileri ve çevreye olan güven bakımından ortaya çıkan negatif korelasyon, üniversite eğitiminin insanları yönlendirdiği sosyalleşme biçimleri üzerine düşünülmesini gerektirmektedir. Ayrıca, gazetecilik alanındaki mesleki bilinç düzeyinin eğitim yoluyla artmasının, güven duygusunu zayıflatabileceği tahmin edilmektedir.

Çalıştığı medya kuruluşu farklı olan gruplar arasında, STK Üyeliği ve Sosyal Temsilcilik açısından da istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre özel sektör/ticari medya kuruluşunda çalışanların STK Üyeliği ve Sosyal Temsilcilik puan ortalaması daha büyüktür (Tablo 37). Serbest çalışan gazetecilerin genellikle medya kuruluşlarından bağımsız olarak, haber karşılığı çalıştıkları ya da internet olanaklarına paralel olarak kendi bağımsız habercilik pratiklerini gerçekleştirdikleri ve gazetecilik alanında daha karmaşık bir pozisyon aldıkları bilinmektedir. Belirli bir medya kuruluşu bünyesinde çalışan gazeteciler, kurum kimliği ve kültüründen daha fazla etkilenmekte, kurumun sunduğu politikalar doğrultusunda bir gazeteci kimliği oluşturmaktadır. Medya kuruluşlarında çalışan gazetecilerin, kurum kimliğinin avantajlarından yararlanma ve kurum kimliğine uygun toplumsal rollere dahil olma eğilimleri artmaktadır. Bu nedenle, kurumsal medya örgütlerinde çalışan gazeteciler, sivil toplum kuruluşlarına üyelik ve sosyal temsilcilik gibi konularda daha aktif olabilmektedir.

3.4.8. Kamusal Habercilik Olanaklarının Mesleki Değişkenler Açısından İncelenmesi

Kamusal habercilik olanaklarında mesleki değişkenler açısından farklılaşma bulunup bulunmadığı araştırılmıştır. İlgili analizler ve yorumları aşağıda yer almaktadır (Tablo 38).

Tablo 38. Kamusal Habercilik Olanaklarının Mesleki Değişkenler Açısından İncelenmesi

Kamusal Gazetecilik Olanakları	Mesleki Örgütlenme	n	Ortalama	ss	T	p	
	Yok	269	33,90	8,45	-1,488	,138	
	Sadece bir	109	35,22	7,54			
	Gazetecilik eğitimi	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Hiç almadım	15	34,00	8,64	7,225	,000*	
	1 yıldan kısa süreli	77	30,22	7,39			2-3
	2 yıl	118	34,83	8,68			2-4
	4 yıl	160	35,99	7,73			
	6 yıl ve daha fazla	14	32,36	5,98			
	Gazetecilik süresi	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	1 yıldan az	58	29,45	7,17	7,318	,000*	1-3
	1-5 yıl	97	33,04	7,46			1-4
	6-10 yıl	125	36,53	8,15			1-5
	11-15 yıl	56	35,32	10,13			1-6
	16-20 yıl	28	35,00	5,70			2-3
	21 yıl ve daha fazla	20	36,10	5,06			
Kamusal Gazetecilik Olanakları	Gazetecilik faaliyetlerinin kapsamı	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Ulusal	105	35,02	7,29	0,606	,546	
	Bölgesel	165	33,96	8,40			
	Yerel	114	34,03	8,73			
	Kamusal haber üretim sıklığı	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Hiç	20	29,20	4,63	8,784	,000*	
	Her gün	30	28,90	6,93			1-3
	2-4 günde bir	25	36,24	6,48			1-4
	Haftada bir	76	35,87	8,02			1-5
	İki haftada bir	41	38,56	5,60			2-3
	Ayda bir	71	33,35	8,98			2-4
							2-5
							5-6
	Kamusal haber üretim sayısı	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Sıfır	86	33,67	8,18	13,648	,000*	1-5
	Sadece 1	65	36,45	6,83			2-5
	2-7	151	36,07	7,94			2-6
	8-14	42	33,71	8,22			3-5
	15-22	25	23,92	3,57			3-6
	23 ve üstü	15	28,93	6,81			4-5

p* < 0,05 = fark var; p > 0,05 = fark yok

Gazetecilik ile ilgili eğitim alma süresi farklı olan gruplar arasında, kamusal habercilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). İki farklılığa göre, 4 yıllık bir eğitim almış olanların kamusal habercilik olanakları puan ortalaması en büyük iken, 1 yıldan kısa süreli bir eğitim almış olanların ortalaması en düşüktür (Tablo 38). Anlamlı fark oluşturan gruplara bakıldığında gazetecilikle ilgili eğitim süresi arttıkça, kamusal habercilik olanaklarının görece kolay algılandığı anlaşılmaktadır. Gazeteciliğin ‘kamusal fayda’ yönünün benimsetilmesinde ve gazetecilerin sosyal eylemlerinin bu yönde gerçekleşmesinde, gazetecilikle ilgili alınan eğitimin önemli bir payı olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla gazetecilikle ilgili eğitim süresine göre, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanaklarında gözlemlenen değişimler anlamlı hale gelmektedir.

Kamusal habercilik olanakları, gazetecilik yapma süresi açısından değerlendirildiğinde de sosyal sermayeyle benzer bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Gazetecilik deneyimi farklı olan gruplar arasında, kamusal habercilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre, 6-10 yıldır gazetecilik yapanların kamusal habercilik olanakları puan ortalaması en büyük iken, 1 yıldan az süredir gazetecilik yapanların ortalaması en düşüktür (Tablo 38). Diğer gruplarla olan anlamlı farklar incelendiğinde, gazetecilik yapma süresi düştükçe kamusal habercilik olanakları puan ortalaması düşmekte ve kamusal habercilik olanakları görece ‘zor’ algılanmaktadır.

Kamusal haber ya da benzeri içerik üretme sıklığı farklı olan gruplar arasında, kamusal habercilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Böyle bir içeriği iki haftada bir üretenlerin kamusal habercilik olanakları puan ortalaması en büyük iken, her gün üretenlerin ortalaması en düşüktür (Tablo 38). Buna göre Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği’nin geneli bakımından hiç üretim yapmayanlar ve her gün üretim yapanların en düşük ortalamalara sahip olması oldukça ilginçtir. Diğer gruplarla anlamlı farklar incelendiğinde, üretim seyrekleştikçe kamusal habercilik olanakları görece ‘kolay’ algılanırken, hiç kamusal haber üretmeme ya da her gün üretmenin bu algılamaları olumsuz anlamda farklılaştırdığı görülmektedir. İlgili farklılaşmalar, gazetecilerin üzerindeki haber baskısı (Bourdieu, 1997) ile açıklanabilir. Medya kuruluşunun yoğun haber baskısı yaptığı ve her gün haber üretimi talep ettiği durumlarda, gazetecilerin kamusal habercilik olanaklarını daha zor algılamaları oldukça

anlaşılabilir bir durumdur. Üretim seyrekleştikçe, algılamaların kolaylaşması da bu durumu göstermektedir.

Gazetecilerin kamusal haber üretim sayıları açısından kamusal habercilik olanakları ve alt faktörlerinde de anlamlı farklar tespit edilmiştir ($p<0,05$). Son bir ayda hiç haber üretmediğini belirtenlerin, 15 ila 22 arası haber üretimi gerçekleştirenlere göre kamusal habercilik olanaklarını ‘kolay’ algılamaları dikkat çekicidir. Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği’nde en yüksek ortalamaya ise, son bir ayda sadece 1 kamusal haber ürettiğini belirtenler sahiptir. İkili farklar incelendiğinde, kamusal haber üretim sayıları arttıkça kamusal habercilik olanaklarının diğer gruplara görece ‘zor’ algılandığı anlaşılmaktadır. Bu durum, kamusal haber üretim sıklığı açısından yapılan analiz sonuçlarını desteklemekte ve yine medya kuruluşunun gazeteci üzerinde kurduğu haber baskısı ile açıklanabilmektedir.

Kamusal habercilik olanakları açısından gazetecilik faaliyetlerinin kapsamı, mesleki örgütlenmeye üye olma durumu ve çalışılan medya kuruluşu açısından ise anlamlı farklılaşma tespit edilememiştir ($p>0,05$). Ancak ilgili değişkenlerde Kamusal Gazetecilik Olanakları alt faktörlerinde bazı farklılaşmalar tespit edilmiştir ($p<0,05$). İlgili analizler Tablo 39’da yer almaktadır.

Tablo 39. Kamusal Habercilik Olanakları Alt Faktörlerinde Bazı Mesleki Değişkenler Açısından Gerçekleşen Farklılaşmalar

	Gazetecilik faaliyetlerinin kapsamı	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
KHO Faktör 1 (Genel Kamusal Boyut)	Ulusal	105	19,33	4,13			
	Bölgesel	165	17,68	5,47	3,162	,043*	1-2
	Yerel	114	18,02	6,16			
	Mesleki örgütlenme üyeliği	n	Ortalama	ss	t	p	
KHO Faktör 2 (Haber Aktörlerinin Aktarımı)	Yok	269	15,67	4,29	-2,716	,007*	
	Sadece bir	109	16,82	3,45			
	Çalışılan Medya Kuruluşu	n	Ortalama	ss	t	p	
KHO Faktör 1 (Genel Kamusal Boyut)	Özel	350	18,39	5,52	2,627	,012*	
	Sektör/Ticari						
	Serbest	30	16,53	3,52			
	Çalışıyorum						

$p<0,05$ =fark var; $p>0,05$ =fark yok

Gerçekleştirdiği gazetecilik faaliyetinin kapsadığı alan farklı olan gruplar arasında Genel Kamusal Boyut açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Bu faktör açısından, ulusalda çalışan gazetecilerin puan ortalaması en yüksek iken, bölgesel medyada çalışanların ortalaması en düşüktür (Tablo 39). Ulusal medyanın, yerel ya da bölgesel medyaya göre genellikle daha kurumsal bir yapısı bulunmaktadır. Ulusal medyanın kurumsal gücünden yararlanan gazetecilerin, haber kaynaklarının çok daha çeşitli olmasının ya da haber kaynaklarına çok daha kolay ulaşabilmesinin, ilgili farklılaşmaya yol açtığı tahmin edilmektedir.

Gazetecilikle ilgili mesleki örgütlenmeye üye olma durumu farklı olan gruplarda, Haber Aktörlerinin Aktarımı açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Böyle bir örgütlenmeye üye olanların, Haber Aktörlerinin Aktarımı puan ortalaması daha büyüktür (Tablo 39). Dolayısıyla mesleki örgütlenmeye üyeliği bulunan gazetecilerin, kamusal habercilik olanaklarını da görece ‘kolay’ algıladığı anlaşılmaktadır.

Çalıştığı medya kuruluşu farklı olan gruplarda, Genel Kamusal Boyut açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Özel sektör/ticari medya kuruluşunda çalışanların Genel Kamusal boyut puan ortalaması, serbest çalışan gazetecilere göre daha büyüktür (Tablo 39). Özel sektör/ticari medya kuruluşlarında çalışan gazetecilerin, Genel Kamusal Boyut açısından kamusal gazetecilik ortalamalarını daha ‘kolay’ değerlendirdikleri anlaşılmaktadır. Buradaki farklılaşma, çalışılan medyanın kurumsal yapısı ve kimliği ile açıklanabilir. Medya kuruluşları oluşturdukları yapıyla bilgi edinme noktasında çalışanlarına avantaj sağlamakta, gazeteciler medya kuruluşlarının imkanlarını bilgi toplama sürecinde kullanma fırsatı yakalamaktadır. Ayrıca gazetecilerin mesleki pratiklerini, çalıştıkları medya kuruluşunun politikalarına uyumlu hale getirmelerinin ve medya kuruluşlarının sunduğu çerçevede gazetecilik yapmalarının, bu duruma sebep olabileceği düşünülmektedir.

3.4.9. Sosyal Sermayenin Gazetecilerin İletişim Ağları Açısından İncelenmesi

Sosyal sermaye yaklaşımı, bireylerin sosyal ilişkilerine önem veren bir yaklaşım olarak değerlendirildiğinden, gazeteci aktörlerin, sosyal çevreleriyle olan ilişkileri de önem kazanmaktadır. Gazetecilerin sahip olmaları gereken özellikler açıklanırken, iletişim ağlarının önemi çeşitli yönlerden vurgulanmaktadır (Browne, 2001; Tokgöz, 2008;

White, 2005). Ayrıca sosyal sermaye literatüründe de iletişim ağlarının önemi üzerinde sıklıkla durulmaktadır (Portes, 1998; Dasgupta, 2007; Field, 2008). Bu nedenle gazetecilerin iletişim ağları araştırılmış, sosyal çevreleriyle (aile, arkadaşlar, meslektaşlar, komşular, diğer) yakınlıkları ve etkileşim sayıları, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanakları açısından incelenmiştir. Aşağıda gazetecilerin sosyal çevreleriyle yakınlık dereceleri ve etkileşim sayıları açısından sosyal sermayelerinde gerçekleşen farklılaşmalar yer almaktadır (Tablo 40 ve Tablo 41).

Tablo 40. Sosyal Sermayenin Sosyal Çevreyle Yakınlık Derecesi Açısından İncelenmesi

Sosyal Sermaye	Aile ile yakınlık	n	Ortalama	ss	t	p	
	İlişkımız var	86	68,41	10,37	-3,265	,001*	
	Çok yakınız	294	72,21	9,24			
	Arkadaşlar ile yakınlık	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	İlişkımız ne var ne yok	97	69,14	7,22	5,957	,003*	1-3
	İlişkımız var	172	71,04	8,82			
	Çok yakınız	113	73,63	11,91			
	Meslektaşlar ile yakınlık	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Hiç ilişkimiz yok/İlişkımız yok	10	59,40	8,29	16,499	,000*	1-2
	İlişkımız ne var ne yok	95	67,44	8,56			1-3
	İlişkımız var	213	72,46	8,61			1-4
	Çok yakınız	66	75,11	11,12			2-3
							2-4
	Komşular ile yakınlık	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Hiç ilişkimiz yok	33	63,30	11,68	18,392	,000*	1-2
	İlişkımız yok	82	68,71	8,43			1-3
1-4							
İlişkımız ne var ne yok	144	70,50	7,66	1-5			
İlişkımız var	103	75,80	9,22	2-4			
				2-5			
Çok yakınız	22	77,73	10,72	3-4			
				3-5			

Ailesi ile yakınlık derecesi farklı olan gruplar arasında, Sosyal Sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre ailesi ile çok yakın ilişkileri olduğunu belirtenlerin sosyal sermaye puan ortalaması daha yüksektir.

Arkadaşları ile yakınlık derecesi farklı olan gruplar arasında, Sosyal Sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre arkadaşları ile çok yakın olduğunu belirtenlerin sosyal sermaye puan ortalaması en büyük iken ilişkisini ‘ne yakınız ne uzağınız’ şeklinde tanımlayanların ortalaması en düşüktür.

Meslektaşları ile yakınlık derecesi durumu farklı olan gruplar arasında, Sosyal Sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre meslektaşları ile çok yakın olanların sosyal sermaye puan ortalaması en büyük iken ‘hiç ilişkimiz yok’ ya da ‘uzağımız’ seçeneğini işaretleyenlerin ortalaması en düşüktür.

Komşuları ile yakınlık derecesi durumu farklı olan gruplar arasında, Sosyal Sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre komşuları ile çok yakın olanların sosyal sermaye puan ortalaması en büyük iken hiç ilişkisi olmayanların ortalaması en düşüktür.

Tablo 41. Sosyal Sermayenin Sosyal Çevreyle Etkileşim Açısından İncelenmesi

Sosyal Sermaye	Aile	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	1 Kişi	51	67,69	7,31	6,429	,000*	
	2 Kişi	34	71,97	9,42			1-5
	3 Kişi	46	68,74	10,79			3-5
	4 Kişi	63	69,25	8,78			4-5
	5 ve üstü	188	73,60	9,60			
	Arkadaşlar	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	1-2 Kişi	48	66,38	8,77	19,861	,000*	1-4
	3 Kişi	67	69,85	6,88			2-4
	4 Kişi	83	67,52	10,51			3-4
	5 ve üstü	184	74,85	8,96			
	Meslektaşlar	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	1 Kişi	37	64,27	8,29	8,822	,000*	1-2
	2 Kişi	49	71,57	10,16			1-4
	3 Kişi	45	69,27	10,47			1-5
	4 Kişi	75	71,19	7,19			3-5
	5 ve üstü	173	73,66	9,47			
	Komşular	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Hiç	121	68,00	9,32	10,622	,000*	1-3
	1 Kişi	102	70,03	9,23			1-4
	2 Kişi	75	72,49	6,86			1-5
	3 Kişi	25	74,80	6,93			1-6
	4 Kişi	25	79,84	8,38			2-5
	5 ve üstü	36	75,50	12,68			2-6

$p<0,05$ =fark var; $p>0,05$ =fark yok

Genel olarak belirtilen sosyal gruplar ile daha yakın ilişkiler tanımlayan gazetecilerin, sosyal sermaye puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda dört sosyal grup için yapılan analizlerin, yakın ve samimi ilişkilerin sosyal sermayeyi desteklediği yönündeki genel görüşü doğruladığı anlaşılmaktadır.

Ailesi içinden etkileşime geçtiği insan sayısı farklı olan gruplar arasında, Sosyal Sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre ailesi içinden 5 ve daha fazla kişi ile etkileşime geçenlerin Sosyal Sermaye puan ortalaması en büyük iken 1 kişi ile geçenlerin ortalaması en düşüktür.

Arkadaşları içinden etkileşime geçtiği insan sayısı farklı olan gruplar arasında, Sosyal Sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Arkadaşları içinden 5 ve daha fazla kişi ile etkileşime geçenlerin Sosyal Sermaye puan ortalaması en büyük iken 1-2 kişi ile geçenlerin ortalaması en düşüktür.

Meslektaşları içinden etkileşime geçtiği insan sayısı farklı olan gruplarda, Sosyal Sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre meslektaşları içinden 5 ve daha fazla kişi ile etkileşime geçenlerin Sosyal Sermaye puan ortalaması en büyük iken 1 kişi ile geçenlerin ortalaması en düşüktür.

Komşuları içinden etkileşime geçtiği insan sayısı farklı olan gruplarda, Sosyal Sermaye açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Komşuları içinden 4 kişi ile etkileşime geçenlerin sosyal sermaye puan ortalaması en büyük iken, hiç kimseyle geçmeyenlerin ortalaması en düşüktür.

Dolayısıyla belirtilen sosyal gruplardan etkileşime girilen kişi sayısı arttıkça, sosyal sermayenin de arttığı gözlemlenmektedir. Ayrıca sosyal sermaye üzerinde, ilişkilerin yakınlığı kadar etkileşim sayılarının da belirleyici bir rolü bulunduğu anlaşılmaktadır. Daha fazla insanla sosyal yaşantı içerisinde etkileşime girmek, sosyal sermaye bakımından bireylere avantaj sağlamaktadır.

3.4.10. Kamusal Habercilik Olanaklarının Gazetecilerin İletişim Ağları Açısından İncelenmesi

Sosyal sermaye açısından avantaj sağlayan yakın ilişkiler ve etkileşimin kamusal habercilik olanakları açısından da bazı olumlu yansımalarının olması beklenmektedir. Gazetecilerin mesleki pratiklerinde kişisel iletişim ağlarından yararlanmaları

gerekmektedir Kamusal habercilik olanaklarının gazetecilerin iletişim ağları açısından ele alındığı ilgili analizler ve yorumları aşağıda yer almaktadır (Tablo 42 ve Tablo 43).

Tablo 42. Kamusal Habercilik Olanaklarının Sosyal Çevreyle Yakınlık Açısından İncelenmesi

Kamusal Habercilik Olanakları	Aile	n	Ortalama	ss	t	p		
	İlişkımız var	86	33,00	6,84	-1,873	,063		
	Çok yakınız	294	34,67	8,58				
	Arkadaşlar	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark	
	İlişkımız ne var ne yok	97	31,87	6,52	7,298	,001*	1-2	
	İlişkımız var	172	35,77	6,66				
	Çok yakınız	113	34,04	10,83				
	Meslektaşlar	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark	
	Hiç ilişkimiz yok/ İlişkımız yok	10	29,20	3,71	14,169	,000*	2-3	1-3
	İlişkımız ne var ne yok	95	30,42	6,57				
	İlişkımız var	213	36,35	7,20				2-4
	Çok yakınız	66	33,86	11,11				
	Komşular	n	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark	
	Hiç ilişkimiz yok	33	27,70	8,39	7,525	,000*	1-4	1-2
	İlişkımız yok	82	33,52	9,09				1-3
	İlişkımız ne var ne yok	144	34,67	7,44				
	İlişkımız var	103	36,19	7,10				1-5
	Çok yakınız	22	35,27	9,44				

p* < 0,05 = fark var; p > 0,05 = fark yok

Aile ile yakınlık derecesi açısından kamusal habercilik olanaklarında anlamlı bir farklılaşma bulunamamıştır (p > 0,05).

Arkadaşları ile yakınlık derecesi farklı olan gruplarda ise, kamusal habercilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p < 0,05). Arkadaşları ile ilişkisini ‘yakınız’ şeklinde tanımlayanların, Kamusal Habercilik Olanakları puan ortalaması en büyük iken, ilişkisini ‘ne yakınız ne uzağınız’ şeklinde tanımlayanların ortalaması en düşüktür. Anlamlı farklar, arkadaşlarla yakınlık derecesi arttıkça kamusal habercilik olanaklarında da bir artış olduğunu göstermektedir.

Meslektaşları ile yakınlık derecesi farklı olan gruplarda, kamusal habercilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p < 0,05). Meslektaşları ile ilişkisini ‘yakınız’ şeklinde tanımlayanların Kamusal Habercilik Olanakları puan

ortalaması en büyük iken, ‘hiç ilişkimiz yok’ ya da ‘uzağımız’ seçeneğini işaretleyenlerin ortalaması en düşüktür. Dolayısıyla gazetecilerin meslektaşlarıyla ilişkilerinin yakınlığı arttıkça kamusal habercilik olanakları kolay algılanmaktadır.

Komşuları ile yakınlık derecesi farklı olan gruplarda, kamusal habercilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Komşuları ile ilişkisini ‘yakınız’ şeklinde ifade edenlerin kamusal habercilik olanakları puan ortalaması en büyük iken, hiç ilişkisi olmayanların ortalaması en düşüktür. Bu nedenle, komşuluk ilişkileri yakınlıktıkça kamusal habercilik olanaklarının daha ‘kolay’ algılandığı söylenebilir.

Sosyal sermaye açısından olduğu gibi sosyal çevreyle ilişkiler yakınlıktıkça, kamusal habercilik olanaklarına ilişkin ortalamaların yükseldiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermayenin olduğu toplumsal alandaki çevrelerle ilişkilerin yakınlığı, kamusal habercilik olanakları açısından da bazı olumlu etkiler oluşturmaktadır.

Tablo 43. Kamusal Habercilik Olanaklarının Sosyal Çevreden Etkileşime Girilen İnsan Sayısı Açısından İncelenmesi

Kamusal Gazetecilik Olanakları	Aile	N	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	1 Kişi	51	32,92	8,30	2,292	,059	
	2 Kişi	34	33,79	6,35			
	3 Kişi	46	32,85	7,62			
	4 Kişi	63	33,02	8,24			
	5 ve üstü	188	35,57	8,49			
	Arkadaşlar	N	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	1-2 Kişi	48	31,88	6,51	10,087	,000*	1-4
	3 Kişi	67	30,67	6,14			2-3
	4 Kişi	83	34,07	7,37			2-4
	5 ve üstü	184	36,29	8,99			
	Meslektaşlar	N	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	1 Kişi	37	31,57	4,56	4,663	,001*	1-3
	2 Kişi	49	31,16	9,32			1-4
	3 Kişi	45	36,51	6,99			2-3
	4 Kişi	75	36,04	8,29			2-4
	5 ve üstü	173	34,53	8,42			
	Komşular	N	Ortalama	ss	F	p	İkili Fark
	Hiç	121	33,10	7,58	1,490	,192	
	1 Kişi	102	34,93	8,34			

2 Kişi	75	34,87	8,48
3 Kişi	25	36,92	7,33
4 Kişi	25	32,44	6,48
5 ve üstü	36	34,50	10,37

p* $<0,05$ =fark var; p $>0,05$ =fark yok

Sosyal çevreyle etkileşim sayısına göre yapılan analizde, aile üyeleri ve komşularla günlük olarak etkileşime girenlerin, kamusal habercilik olanaklarında anlamlı bir farklılaşma bulunamamıştır (p $>0,05$).

Arkadaşları içinden etkileşime geçtiği insan sayısı farklı olan gruplarda ise, kamusal gazetecilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p $<0,05$). Buna göre 5 ve daha fazla arkadaşıyla etkileşime geçenlerin kamusal gazetecilik olanakları puan ortalaması en büyüktür. İkili farklar incelendiğinde etkileşim sayısı arttıkça, kamusal habercilik olanakları ortalamalarının yükseldiği anlaşılmaktadır.

Meslektaşları içinden etkileşime geçtiği insan sayısı farklı olan gruplarda da kamusal gazetecilik olanakları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (p $<0,05$). Meslektaşları içinden, 3 kişi ile etkileşime geçenlerin kamusal gazetecilik olanakları puan ortalaması en büyüktür. İkili farklar incelendiğinde, etkileşim sayısı arttıkça kamusal habercilik olanakları ortalamalarının yükseldiği anlaşılmaktadır.

Yapılan analizler, kişisel ilişkilerin yakınlığı ve etkileşim sayısı arttıkça sosyal sermayenin ve kamusal habercilik olanaklarının olumlu yönde farklılaştığını göstermektedir. Gündelik hayatta farklı sosyal çevrelerden insanlarla yakın ilişkileri olan, iletişim ve etkileşimde bulunan gazetecilerin hem kişisel yaşantılarında sosyal sermaye bakımından hem de mesleki yaşantılarında kamusal habercilik olanakları açısından avantajlar sağladığını yansıtmaktadır. Kamusal gazetecilik anlayışı, enformasyon akışındaki resmi kaynakların hâkimiyetini kırmaya dönük olarak sıradan insanlardan gelen enformasyona da ağırlık vermeye dayanmaktadır. Bu tür kaynaklara dayanabilmek için ise, günlük yaşamda güçlü kişisel ilişkiler kurmak gerekmektedir. Kişisel ilişkilerin sayısı ve kalitesi, gazetecilerin sosyal sermaye rezervlerinin daha fazla olması anlamına geldiği gibi, toplumun geniş kesimlerinden gelen işlenebilir enformasyonu arttırmaktadır. Bu durum ise; toplum yanlısı, kamusal fayda gözetken haber üretme olanaklarını kolaylaştırmaktadır.

DEĞERLENDİRME ve SONUÇ

Gazetecilik alanının günümüzde geldiği durum, toplumsal faydaya dayanan hareket noktasından uzaklaştığını göstermektedir. Gazetecilik alanındaki bu eksen kayması, kendi varlık alanını tehdit eden varoluşsal bir krizi işaret etmektedir. Bu krizin arka planında ekonomik, siyasi ve sosyal ilişkiler yumağının doğurduğu birtakım sorunların olduğu bilinmektedir.

Bu bağlamda, çalışmanın çıkış noktası, gazetecilik alanının mevcut krizinin aşılmasında, iki önemli kavramın önemli bir katkı sağlayabileceği düşüncesidir. Bu kavramlar; sosyal sermaye ve kamusal gazetecilik anlayışlarıdır. Gazetecilik alanındaki varoluşsal kriz durumunun çözümünde, birbirinden beslenen bu iki düşüncenin katkı sağlayıp sağlayamayacağını kuram ve pratikte sınanması gereklilik halini almıştır.

Ortaya çıkan gereklilikten hareketle gerçekleştirilen literatür incelemesi, gazetecilik alanı ve sosyal sermaye arasındaki somut ve zımni ilişkileri ortaya koymaktadır. Sosyal sermaye yaklaşımında yer alan temel kuramcılar (özellikle Tocqueville, Putnam ve Bourdieu), bu ilişkiye belirgin bir biçimde göndermede bulunduğu anlaşılmaktadır. ‘Kitle iletişiminin, sosyal medyanın veya gazetecilik pratiklerinin sosyal sermayeye ne yaptığı?’ sorusuna cevap arayan birçok çalışma da mevcuttur. Ayrıca yurttaş gazeteciliği, yerel gazetecilik ya da kamusal gazetecilik yönelimleri bağlamında sosyal sermayeyi inceleyen araştırmalar da bulunmaktadır.

İlgili çalışmalar, çeşitli iletişim ya da etkileşim biçimlerinin toplumsal dayanışma ağlarını ifade eden sosyal sermaye üzerinde az ya da çok olumlu ya da olumsuz birtakım etkilerinin söz konusu olduğunu göstermektedir. Boş zaman etkinliklerinin, televizyon izleme davranışlarıyla doldurulması ya da medyanın sunduğu şiddet, korku vb. içerikli mesajların, sosyal sermaye üzerindeki olumsuz etkileri üzerinde duran araştırmaların yanı sıra medyanın ve gazetecilik kurumunun sunduğu sivil katılıma yönelik içeriklerin ‘aktif vatandaşlar’ oluşturmaya yönelik olumlu etkileri üzerinde duran çalışmalar da mevcuttur.

Bu çalışma ise, gazetecilerin sosyal sermaye olarak adlandırılan toplumsal dayanışma ağlarından, mesleki açıdan ne ölçüde yararlandığını araştırması bakımından bahsedilen diğer çalışmalardan ayrılmaktadır. Dolayısıyla çalışmada yukarıda belirtilen soru tersine çevrilmiş ve ‘gazeteciler sosyal sermayeyle ne yapmaktadır?’ şeklinde düzenlenmiştir. Çünkü gazetecilik alanı ile sosyal sermaye arasında bir karşılıklı bağımlılık söz konusudur. Gazetecilik kurumu, sosyal sermayeyi olumlu ya da olumsuz etkilediği gibi ondan etkilenmekte ve beslenmektedir.

Bu noktada kamusal gazetecilik vurgusu, belirtilen karşılıklı bağımlılığın araştırılmasında öne çıkmaktadır. Gazetecilik, özü itibarıyla, kamusal faydaya odaklanan toplumsal bir pratiktir. Kamusal fayda odaklı habercilik düşüncesinin yansıması olan ‘kamusal gazetecilik’ ise toplumsal düzlemde incelenmesi gereken bir anlayıştır. Kamusal gazetecilik anlayışının gerçekleştirilebilmesi, siyasal ve ekonomik değişkenler kadar gazetecinin bulunduğu toplumsal bağlam ve koşullara da dayanmaktadır. Bu çalışmada, toplumsal dayanışma ağları olarak ele alınan sosyal sermaye, bu bağlam ve koşulların ortaya konulmasında önemli göstergelerden biri olarak ele alınmıştır. Dolayısıyla, ‘sosyal doku içerisinde yer alan dayanışma ağlarının (sosyal sermayenin) durumunun, gazetecilerin kamusal habercilik olanaklarında önemli bir değişime neden olduğu’ çalışmanın temel önermesi olarak değerlendirilmiş ve buna uygun şekilde hipotezler ve araştırma soruları geliştirilmiştir.

Saha araştırmasından elde edilen veriler ve yapılan analizler, çalışmanın varsayım ve hipotezlerinin önemli ölçüde doğrulandığını göstermekte, aynı zamanda bazı dikkat çekici sonuçları ortaya koymaktadır.

Bulgular ışığında, araştırmaya dahil olan gazetecilerin sergiledikleri profil; kamusal haber üretimlerinin, kamusal habercilik olanaklarına ilişkin algılamalarının ve sosyal sermayelerinin daha iyi bir seviyeye çıkartılması gerektiğini göstermektedir.

Ayrıca yapısal eşitlik, korelasyon ve regresyon analizleri birçok yönden birbirlerini desteklemekte ve incelenen alt boyutlar arasındaki ilişkileri ortaya koymaktadır.

Yapısal eşitlik modeli, ‘*Bir Yere Aidiyet*’ alt boyutunun kamusal habercilik olanaklarını kısmen (Haber Aktörlerinin Aktarımı açısından) olumsuz etkilediğini göstermektedir ($p < 0,05$ $B = -1,545$). Ancak bu alt boyutla ilgili olarak, kurulan regresyon modelinde Genel Kamusal Boyut açısından tam tersi bir sonuca ulaşılmıştır ($p < 0,05$ $B = ,312$).

Buradaki zıt sonuçların, ilgili faktörlerdeki farklılaşmadan kaynaklandığı düşünülmektedir. Gazetecilerin çalıştıkları medya kuruluşuna aidiyet duygularının artması, kamusal gazetecilik anlayışının doğrudan şahıslarla (resmi yetkililer, siyasetçiler, bürokratlar, iş adamları vb.) ilgili olduğu '*Haber Aktörlerinin Aktarımı*' boyutunda olumsuz bir etki oluşturabilmektedir. Araştırmaya dahil olan gazetecilerin çok büyük bir çoğunluğunun, tecimsel medya kuruluşlarında çalışmaları bu durumun nedeni olarak değerlendirilmektedir. Toplumsal fayda ile çeşitli çevrelerle ilişkisi bulunan medya kuruluşunun çıkarları çeliştiğinde, kamusal habercilik olanaklarının zorlaşması son derece olağandır. Ancak, daha genel nitelikli kamusal haberlerin oluşturulmasında (*Genel Kamusal Boyut*), çalışılan medya kuruluşuna aidiyet duygusunun olumlu bir etkisi söz konusudur.

Yapısal eşitlik modeli, '*Sosyal Temsilcilik*' alt boyutunun da kamusal habercilik olanaklarını kısmen (*Genel Kamusal Boyut* açısından) olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır ($p < 0,05$ $B = -3,904$). Bu sonuç, ilk bakışta beklenmeyen bir durumu yansıtmakla birlikte, gazetecilerin kamusal sorunlara yönelik üstlendiği toplumsal roller arttıkça, sorunlarla ilgili farkındalık düzeyinin artması söz konusudur. Diğer yandan üstlenilen bu tür toplumsal roller, haber konusu olma potansiyeli bulunan birçok toplumsal sorunla mücadele etmeyi gerektirdiğinden, kamusal habercilik olanaklarını zorlaştırabilmektedir.

Yapısal eşitlik modelinde olumlu etkisi bulunan alt faktörler incelendiğinde, en öne çıkan alt boyutun '*Güven İnsan*' olduğu anlaşılmaktadır. "Güven İnsan" kamusal habercilik olanaklarının '*Genel Kamusal Boyut*'unu ($p < 0,05$ $B = 1,618$) ve '*Haber Aktörlerinin Aktarımı*'nı ($p < 0,05$ $B = 1,529$) pozitif yönde etkilemektedir. Ayrıca kurulan regresyon modelleri de bu sonuçları desteklemektedir. '*Güven İnsan*' alt boyutu, '*Genel Kamusal Boyut*' ($p < 0,05$ $B = 1,169$) ve '*Haber Aktörlerinin Aktarımı*' ($p < 0,05$ $B = ,483$) üzerinde olumlu etkiye sahiptir. Ayrıca korelasyon analizinde kamusal habercilik olanaklarıyla en güçlü ilişki '*Güven İnsan*' alt boyutunda gerçekleşmiştir ($r = ,549$). Topluma ve toplumda bulunan diğer insanlara bağlanma ve inanma durumunu yansıtan bu alt boyut, kamusal gazetecilik açısından son derece önemli bir göstergedir. Kamusal gazetecilik, toplumu oluşturan diğer insanlara bağımlı olarak gerçekleştirilebilecek bir pratiktir. Diğer insanlardan nitelikli bilgi akışının sağlanması, bu bilgilerin

doğrulanması ve yayınlanabilmesi güvene dayalı ilişkileri zorunlu kılmakta ve kamusal habercilik olanaklarını olumlu yönde etkilemektedir.

'*Sosyal Konularda İnisiyatif*' alt boyutunun da kamusal habercilik olanaklarının bir faktörü (*Haber Aktörlerinin Aktarımı*) üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğu anlaşılmıştır ($p<0,05$ $B=1,845$). Ayrıca ilgili regresyon modelinde de '*Sosyal Konularda İnisiyatif*' alt boyutunun, '*Haber Aktörlerinin Aktarımı*' üzerinde pozitif bir etkisi olduğu izlenmiştir ($p<0,05$ $B=,594$). '*Sosyal Konularda İnisiyatif*' alt boyutu, aslında gazetecilik mesleğinin doğasında bulunan birtakım unsurlara atıfta bulunmaktadır. Bilgiye ulaşabilme, sorunların çözümünde taraflar arasında uzlaşşı sağlayabilme ve çözüme yönelik kararlar alabilmeyi ifade eden 'sosyal konularda inisiyatif', kamusal habercilik olanaklarını kolaylaştırmaktadır. Kamusal gazetecilik açısından bilgiye nereden ulaşabileceğini bilebilmek ve önüne gelen kamusal meselelerle alakalı istihbaratlarla ne yapacağı konusunda hızlı kararlar alabilmek (yani 'sosyal yapı için inisiyatif almak') oldukça ciddi bir önem taşımaktadır. Sosyal konularda inisiyatif alabilen gazetecilerin, kamusal sorunlarla ilgili istihbaratlara daha kolay ulaşabilmesinin ve sosyal yapı adına habere dönüştürme refleksi gösterebilmelerinin daha kolay olduğu söylenebilir.

Diğer yandan çalışmada yapısal eşitlik modeline ek olarak regresyon analizleri yapılmıştır. Gerçekleştirilen analizler, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanakları arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır.

Sosyal sermaye alt boyutlarının '*Genel Kamusal Boyut*' üzerindeki etkisini inceleyen regresyon modelinden, '*Yerel Komiteye Katılım*' alt boyutunun kamusal habercilik üzerinde olumlu bir etkisinin bulunduğu anlaşılmıştır ($p<0,05$ $B=,244$). Bu doğrultuda toplumsal sorunların çözümüne yönelik olarak sivil toplum hareketlerinde aktif rol almanın, gazetecilerin bölgedeki sorunlar hakkındaki bilgilenme düzeyini ve yaşanan bölgeye aidiyet duygusunu arttırdığı, dolayısıyla gazetecileri kamusal haberciliğe yönlendirdiği düşünülmektedir.

'*Komşuluk İlişkileri*' alt boyutu ise, '*Genel Kamusal Boyut*' üzerinde negatif ($p<0,05$ $B= -,657$), '*Haber Aktörlerinin Aktarımı*' üzerinde ise pozitif ($p<0,05$ $B=,273$) etkide bulunmuştur. Korelasyon analizinde de en zayıf ilişkinin '*Komşuluk İlişkileri*' ($r=,106$) alt boyutuyla oluşması oldukça dikkat çekicidir. Ayrıca araştırmaya katılan

gazetecilerin, diğer sosyal gruplara göre komşularıyla olan ilişkilerini oldukça zayıf şekilde tanımladığı belirtilmelidir. Geleneksel kültür açısından da sosyal sermaye açısından da komşuluk ilişkileri son derece önemli bir noktada konumlanmaktadır. Toplumsal dayanışma ağlarının en önemli unsurlarından birisi olan komşuluk ilişkilerinin, sosyal sermaye oluşumunda son derece önemli bir rolü bulunmaktadır. Şehir hayatının dayattığı yaşam biçiminin komşuluk ilişkilerini zayıflattığı bilinmektedir. Bu durumun, gazetecilere de yansıdığı anlaşılmaktadır. Komşuluk ilişkilerinin kamusal habercilik olanakları üzerinde olumsuz bir etkisinin çıkması son derece düşündürücüdür. Bu sonucun, katılımcıların çoğunun komşuluk ilişkileri konusunda sergilediği olumsuz tutumla ilişkili olabileceği tahmin edilmektedir.

Kamusal habercilik olanaklarının her iki alt faktörünü de olumlu yönde etkileyen bir diğer sosyal sermaye alt boyutu 'Güven Çevre' olmuştur ($p < 0,05$ Genel Kamusal Boyut B: ,891-Haber Aktörlerinin Aktarımı B: ,751). Bir bölgedeki suç oranlarındaki artış, çok sayıda yasadışı faaliyetin söz konusu olması, sosyal sermaye erozyonuna yol açan en önemli unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda bu tür kanun dışı fiiller 'Güven Çevre' alt boyutuyla açıklanan algılamalara zarar vermektedir. Diğer taraftan suç oranlarındaki artış, doğal olarak kamusal habercilik olanaklarını zorlaştırmaktadır. Gazeteciliğin en fazla meslek ölümlerinin yaşandığı, çalışanlara yönelik şiddet eylemlerinin yoğun olduğu alanlardan birisi olduğu hatırlanacak olursa, suç oranlarının yüksek olduğu bölgelerde kamusal gazetecilik yapmanın son derece 'tehlikeli' ve 'zor' bir çaba olduğu somut bir gerçektir. Dolayısıyla 'Güven Çevre' alt boyutunun kamusal habercilik olanakları üzerindeki olumlu etkisi son derece anlamlı hale gelmektedir.

Bütün alt boyutlar açısından yapılan incelemenin yanında, sosyal sermayenin kamusal habercilik olanaklarına etkisini incelemek amacıyla kurulan üçüncü regresyon modelinin de anlamı sonuçlar verdiği görülmektedir. Genel olarak sosyal sermayenin, kamusal habercilik olanakları üzerinde pozitif yönlü ($B = ,458$) bir etkisi bulunmuştur. Ayrıca sosyal sermaye, kamusal habercilik olanaklarındaki değişimin yaklaşık %29'unu açıklamaktadır. Bu sonuçlar çalışmanın çıkış noktası ve temel varsayımlarını desteklemektedir. Toplumsal dayanışma ağlarına daha fazla katılım gösteren gazetecilerin, kamusal haberciliği 'daha kolay' bir gazetecilik pratiği olarak değerlendirdiği anlaşılmaktadır.

Ayrıca *kişisel ve mesleki değişkenlerin* de sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanaklarında birtakım anlamlı farklılaşmalara yol açtığı tespit edilmiştir.

Gazetecilerin, *yaşadıkları şehirlere göre* sosyal sermayelerinde ve kamusal habercilik olanaklarında anlamlı farklılaşmalar bulunmuştur. Sosyal sermaye bakımından en yüksek ortalamalara sahip gazeteciler, İzmir’de yaşamaktadır. Bu durumun ilgili şehirlerin sosyal dokusunun sunduğu özel durumlara bağlı olduğu düşünülmektedir. Kamusal habercilik olanakları açısından da yaşanan şehirlere göre sosyal sermaye ortalamalarına paralel sonuçlar ortaya çıkmıştır. İzmir’de yaşayan gazetecilerin kamusal habercilik olanakları bakımından diğer illerden olumlu yönde farklılaştığı görülmüştür. Bu durum, sosyal sermayenin kamusal habercilik olanaklarını kolaylaştırdığı doğrultusundaki tezi destekleyen bir gösterge olarak yorumlanabilir. Şehrin sunduğu toplumsal dayanışma ağlarından faydalananabilen gazeteciler, toplumsal yarara dönük habercilik pratikleri gerçekleştirme imkânı bulmaktadır.

Sosyal sermaye rezervlerinin, nüfus hareketlerinin fazla olduğu bölgelerde zarar görebileceği kabul edilmektedir. Bu bağlamda bulunulan *şehirden yaşama süresi*, sosyal sermaye rezervlerinin artmasını sağlamaktadır. Gazeteci aktörlerin şehirde yaşama süresi ve sosyal sermayeleri arasındaki ilişki, bu durumu ciddi biçimde desteklemektedir. Şehirde yaşama süresi arttıkça, şehre duyulan aidiyet ve sorumluluk duygusu gelişmekte, sosyal ilişkilerin sayısı ve kalitesi artmaktadır. Bu durum doğal olarak, toplumsal dayanışma ağlarına daha fazla katılım ile sonuçlanmaktadır. Şehirde yaşama süresinin sosyal sermaye üzerindeki olumlu etkilerine paralel olarak, kamusal habercilik olanaklarına yansıdığı anlaşılmıştır. Uzun süredir aynı şehirde yaşadığını belirten gazetecilerin, toplumsal dayanışma ağlarının daha güçlü olması, kamusal habercilik olanaklarındaki olumlu değişimi açıklayan önemli bir göstergedir.

Gazetecilik faaliyetlerinin kapsamı açısından sosyal sermaye üzerinde belirgin bir farklılaşma bulunmuştur. Yerel gazetecilerin sosyal sermayelerinin ulusalda çalışanlara göre ciddi şekilde yüksek olduğu anlaşılmıştır. Yerel gazeteciliğin daha yakın mesafeli sosyal ilişkilere dayanması nedeniyle, bu durumun doğal ve beklenen bir sonuç olduğunu belirtmek gerekmektedir. Ancak kamusal habercilik olanakları bakımından gazetecilik faaliyetlerinin kapsamına göre kısmen yukarıdakinin tersi bir durum oluşmuştur. Ulusalda çalışan gazetecilerin, bölgesel medya kuruluşlarında çalışan gazetecilere göre, kamusal habercilik olanaklarını bir faktör itibarıyla (*Genel Kamusal*

Boyut) daha kolay algıladıkları görülmektedir. Bu durumun arka planında ulusal medyanın, yerel ve bölgesel medya kuruluşlarından daha kurumsal bir yapıda olmaları ve daha geniş bir güç ve etki alanına sahip olmalarının yattığı tahmin edilmektedir. Ulusalda çalışan gazeteciler kurumlarının sahip olduğu güçlü yapıdan yararlanarak, bu avantajları mesleki pratiklerine yansıtmaktadır. Dolayısıyla yerel medyada çalışan gazetecilerin, sosyal sermaye bakımından bulundukları avantajlı durumu, kamusal habercilik olanaklarına yansıtamadıkları anlaşılmıştır.

Ayrıca cemiyetler, dernekler ve sendikalar gibi *mesleki örgütlenmeler* toplumsal dayanışma ağlarının en somut örnekleri arasında yer almakta ve sosyal sermayenin en önemli göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir. Sosyal sermaye alanındaki temel isimlerden Putnam'ın, bu tür sivil örgütlenmelere sosyal sermaye açısından oldukça önem verdiği bilinmektedir. Bu doğrultuda gazetecilik alanında en azından bir mesleki örgütlenmeye üye olanların, olmayanlara göre sosyal sermaye bakımından ciddi biçimde daha yüksek ortalamalara sahip olması, Putnam'ın sivil toplum örgütlenmelerine verdiği önemi destekleyen bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Kamusal habercilik olanaklarında da mesleki örgütlenmeye üye olma durumuna göre kısmi bir farklılaşma (*Haber Aktörlerinin Aktarımı* açısından) tespit edilmiştir. Mesleki dayanışma amacına yönelik cemiyet, dernek ya da sendikalara üye olan gazeteciler, kamusal habercilik olanaklarını görece kolay algılamıştır.

Gazetecilerin ürettiği *kamusal haber sayıları ve sıklıkları* bakımından da oldukça ilginç sonuçlara ulaşılmıştır. Her iki değişken açısından da sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanakları anlamlı bir biçimde ve benzer şekilde farklılaşmıştır. Hiç üretim yapmamak ve çok fazla sayıda ya da sık kamusal haber üretimi; sosyal sermaye ortalamalarını düşürürken, üretim seyrekleştikçe ya da sayı azaldıkça sosyal sermayede bir artış söz konusu olmuştur. Benzer şekilde kamusal habercilik olanaklarında da aynı durumun yaşandığı görülmektedir. Bu durumun temel sebebinin ise, medya kuruluşlarının gazeteciler üzerinde kurduğu haber baskısı olabileceği düşünülmektedir. Kamusal haber üretiminin, medya kuruluşunun oluşturduğu haber baskısına bağlı olarak artmasına karşın, kamusal habercilik olanaklarının görece zor olarak algılanması son derece doğal bir sonuçtur. Kuruluşun baskısını üzerinde daha az hisseden ve çok sık haber üretmek zorunda olmayan gazetecilerin haber konusu bulmada daha az sorun yaşaması muhtemeldir. Dolayısıyla kamusal haber üretiminin sayı ve sıklık bakımından

makul bir seviyede olmasının, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanakları ile olumlu bir ilişki oluşturduğu söylenebilir.

Çalışmada gazetecilerin *iletişim ağları* açısından da sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanaklarında önemli farklılaşmalar tespit edilmiştir.

Bu doğrultuda aile, arkadaşlar, meslektaşlar ve komşular olarak sıralanan dört sosyal grup ile daha yakın ilişkileri bulunduğunu belirten gazetecilerin, sosyal sermayeleri ve kamusal habercilik olanaklarıyla ilgili algılamaları daha yüksektir. Ayrıca, bu dört sosyal grup içerisinde daha fazla sayıda insanla etkileşime girdiğini belirten gazetecilerin, sosyal sermaye ve kamusal habercilik olanakları itibarıyla genellikle daha yüksek ortalamalara sahip oldukları anlaşılmıştır. Dolayısıyla, farklı çevrelerden insanlarla daha yoğun ve sayısal olarak fazla olan etkileşim, toplumsal dayanışma ağlarına daha fazla katılımı temsil etmekte, aynı zamanda kamusal habercilik olanaklarını kolaylaştırmaktadır. Ancak sosyal çevreyle yakınlıkları ve etkileşim sayılarına göre sergilenen olumlu tabloya rağmen, gazetecilerin sosyal çevreleri içinde yer alan aile, arkadaşlar ve komşularını haber kaynağı olarak daha az kullandıkları tespit edilmiştir. Haber üretimi için yararlı bilgilerin sağlandığı grup olarak ‘meslektaşların’ ciddi oranda öne çıktığı anlaşılmaktadır. Bu durum, Bourdieu’nun gazetecilik alanına ilişkin ortaya attığı ‘alan etkisi’ düşüncesini yansıtmaktadır. Haber üretimiyle ilgili bilgi akışının ağırlıklı olarak meslektaşlardan sağlanması, tipik bir alan etkisi olarak yorumlanabilir. Ayrıca, haber üretimi için yararlı bilgi sağlayan ‘diğer’ tanındıkların (aile, arkadaşlar ve komşulara göre) sayısının, oransal olarak daha fazla olduğu izlenmiştir. Dolayısıyla çalışmada yer alan gazetecilerin, haber üretiminde, nispeten uzak ve mesafeli olarak tanımlanabilecek ilişkilerini (meslektaşlar ve diğer kategorisi) daha fazla kullandıklarını söyleyebilmek mümkün hale gelmektedir. Bu durum sosyal sermaye literatüründe yer verilen Granovetter’in vurguladığı ‘zayıf bağların gücü’ ve Burt’un üzerinde durduğu ‘yapısal boşluklar’ düşüncesiyle paralellik göstermektedir. Enformasyon akışı, güçlü bağlardan ziyade zayıf bağlar üzerinde gerçekleşmekte ve görece zayıf bağlantılar kuran bireyler, gruplar arasında oluşan yapısal boşluklarda gerçekleşen enformasyon akışından daha fazla avantaj sağlayabilmektedir. Bu bağlamda, gazetecilerin mesleki pratiklerinde daha çok, görece zayıf olan bağları kullandıkları tahmin edilmektedir.

Özetlemek gerekirse, bu çalışmanın ele almaya çalıştığı kuramsal perspektif açısından uygulama kısmında elde edilen veriler doğrultusunda araştırma soruları cevaplanmış ve araştırmaya ilişkin hipotezlerin önemli ölçüde desteklendiği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla sosyal sermaye toplumsal dayanışma ağları olarak düşünüldüğünde, kamusal gazetecilik anlayışı bu dayanışma ağlarından dikkate alınacak ölçüde beslenmektedir. Gazeteciliğin, demokratik kamusal alanlarda üstlenmesi gereken toplumsal fayda odaklı görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesi için, toplumsal dayanışma ağlarından beslenen kamusal gazetecilik anlayışının alanda hâkim kılınması gerekmektedir. Bunun için gerek alandaki gazeteci aktörler düzeyinde gerekse toplumsal düzlemde sosyal sermayeye yatırım stratejileri geliştirilmeli, sosyal sermayeyi koruyucu ve arttırıcı önlem ve teşvikler hayata geçirilmelidir. Bu yolla gazetecilerin daha fazla kamusal habercilik anlayışına yönelmeleri sağlanabileceği gibi, yurttaşların da gazetecilerden kamusal habercilik beklentileri arttırılarak toplumsal talep oluşturulabilir.

Öte yandan çalışmadan elde edilen sonuçlara bağlı olarak, kuram ve uygulamaya yönelik olarak bazı öneriler sunulmaktadır.

Bu çalışma, sosyal sermaye yaklaşımının gerek genel olarak iletişim bilimlerinde gerekse daha özelde gazetecilik alanında önemli bir yeri olabileceğini göstermektedir. İletişim bilimleri alanında sosyal sermaye yaklaşımına olan ilginin yavaş yavaş canlanmaya başladığı görülmekte ve bu ilginin ilerleyen yıllarda daha da artacağı tahmin edilmektedir. Sosyal sermaye, iletişim alanıyla ilgili bazı toplumsal fenomenlerin anlaşılmasında ve açıklanmasına elverişli bir teorik zemin sunmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermayenin kişilerarası iletişim, kitle iletişimi ve çevrimiçi etkileşim gibi konular açısından daha fazla incelenmesi gerekliliği bulunmaktadır. Uluslararası literatürde kitle iletişiminin ve online etkileşim biçimlerinin sosyal sermaye üzerine etkileri hakkında yapılan çalışmaların belirli bir doyumluğa ulaşmış olmasına karşın, Türkiye’de bu mahiyetteki çalışmaların sınırlı kaldığı söylenebilir.

Uygulama açısından ise, komşuluk ilişkileri başta olmak üzere sosyal ilişkilerin yeniden tesis edilmesi, alanda çalışan gazetecilerin, gazetecilik öğrencilerinin ve genel olarak yurttaşların toplumsal dayanışma ağlarına daha fazla katılımı ve bu ağlardan daha fazla sosyal fayda oluşturacak tedbirler alınması yoluyla, sosyal sermaye rezervlerinin arttırılması sağlanmalıdır.

Gazetecilik özelinde ise, araştırmanın ampirik bulguları gazetecilerin sosyal sermaye, kamusal habercilik olanakları ve kamusal haber üretimleri bakımından daha iyi bir seviyeye taşınması gerektiğini göstermektedir. Bunun sağlanması için, gazetecilerin çalışma koşullarının iyileştirilmesi öncelik taşımaktadır. Ayrıca alanda çalışan gazeteciler ve gazetecilik öğrencileri arasında, toplumsal dayanışma ağları üzerine kurulu kamusal gazetecilik anlayışını yaygınlaştıracak ve benimsetecek ortak eğitim çalışmalarının gerçekleştirilmesi gündeme getirilmelidir.

Ayrıca gazetecilerin mesleki örgütlenme üyeliklerinin artırılması, sivil toplum kuruluşları ve hareketleri ile gazetecilik mesleki örgütlenmeleri arasındaki koordinasyon ve iş birliğinin sağlanmasına yönelik çeşitli adımlar atılabilir. Sivil toplum kuruluşları ve vatandaşlardan bilgi akışının sağlandığı mikro ölçekli bağımsız gazetecilik hareketlerinin sayısının artırılması ve bu hareketlerin çalışmalarına bölgedeki tüm paydaşların dahil edilmesi, toplumsal dayanışma ağlarını güçlendirecek ve gazetecilerin haber üretimlerinde toplumsal dayanışma ağlarından daha fazla yararlanmalarını sağlayacak bir tedbir olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak; sosyal sermaye, mevcut toplumsal sistemin doğurduğu birçok problemin analiz edilmesi adına önemli bir kavramsal araç olarak düşünülmelidir. Aynı sistem içerisinde yer alan medya ve gazetecilik alanlarında da benzer sorunların bulunduğu açıktır. Dolayısıyla gazetecilik/medya/iletişim alanlarında siyasal, ekonomik, kültürel vb. değişkenlerin yanında sosyal sermaye gibi toplumsal değişkenlerin de analizlere dahil edilmesi, farklı problem alanlarının incelenmesinde yeni perspektifler sağlayabilecektir. Bu nedenle sosyal sermayenin; kitle iletişimi, kişilerarası iletişim ve çevrimiçi etkileşim gibi konular açısından ve farklı analiz düzeylerinden incelenmesinin, alana zenginlik katacağı tahmin edilmektedir. Bilhassa, Türkiye’de kitle iletişimi ve çevrimiçi etkileşim biçimlerinin sosyal sermaye üzerindeki rolünün; bireylerin boş zaman etkinlikleri ve yalnızlaşma gibi konular üzerinden incelenmesi değer taşımaktadır.



EKLER**EK 1: Anket Formu****Sayın basın mensubu,**

Gazetecilerin mesleki pratiklerini araştırmak ve algılanan sosyal sermayelerini ölçmek amacıyla oluşturulan bu anket formu, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yürütülmekte olan doktora tez çalışmasının uygulama kısmına veri sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Elde edilen veriler ilgili çalışma haricinde kesinlikle kullanılmayacaktır. Sorulara vereceğiniz cevaplarda göstereceğiniz özen, araştırmanın amacına ulaşmasında son derece önem arz etmektedir. Katkılarınızdan dolayı teşekkür eder, iyi çalışmalar dileriz.

1. Aylık ortalama geliriniz için uygun kutuyu işaretleyiniz:

1TL-1000TL ☐ 1001TL-2000TL ☐ 2001TL-3000TL ☐ 3001TL-4000TL ☐
 4001TL-5000TL ☐ 5001TL ve üstü ☐

2. Cinsiyetiniz için uygun kutuyu işaretleyiniz: Kadın ☐ Erkek ☐**3. Medeni Durumunuz: Evli ☒ Bekar ☐****4. Öğrenim durumunuz için uygun kutuyu işaretleyiniz:**

İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ☐ Lisans ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐

5. Gazetecilikle ilgili herhangi bir eğitim aldıysanız, toplam eğitim sürenizi belirtiniz:

Hiç almadım ☐ 1 yıldan kısa süreli ☐ 2 yıl ☐ 4 yıl ☐ 6 yıl ve daha fazla ☐

6. Kaç yıldır gazetecilik yapmaktasınız?

1 yıldan az ☐ 1-5 yıl ☐ 6-10 yıl ☐ 11-15 yıl ☐ 16-20 yıl ☐

21 yıl ve daha fazla ☐

7. Yaşadığınız şehri ve kaç yıldır bu şehirde yaşadığınızı belirtiniz:

...../.....yıl

8. Gerçekleştirdiğiniz gazetecilik faaliyetlerinin kapsadığı alan için aşağıdakilerden uygun olanını işaretleyiniz:

Ulusal ☐ Bölgesel ☐ Yerel ☐

9. Çalıştığınız medya kuruluşu için uygun seçeneği işaretleyiniz:

Özel Sektör/Ticari ☐ Kamu/Devlet ☐ Kar Amacı Gütmeyen/Alternatif ☐
 Serbest Çalışıyorum ☐

10. Gazetecilik faaliyetlerinizi gerçekleştirdiğiniz mecraları işaretleyiniz (Birden fazla ise her biri işaretlenebilir):

Yazılı Basın/Gazete ☐ Televizyon ☐ Radyo ☐ İnternet ☐ Haber Ajansı ☐

11. Gazetecilik faaliyetlerinizde üstlendiğiniz görev/ pozisyon (Birden fazla ise her biri işaretlenebilir):

Genel Yayın yönetmeni ☐ Editör ☐ Muhabir ☐ Sunucu ☐ Köşe Yazarı ☐
☐ Diğer (Belirtiniz):.....

12. Kamusal haber; toplumsal faydayı esas alan, vatandaşların sorunlarını gündeme taşıyan, meselelerde halkın bakış açısını yansıtmaya çalışan bir gazetecilik anlayışının ürünüdür. Bu açıklamayı dikkate alarak aşağıdaki soruları cevaplayınız.

12. 1. Son bir aylık mesleki rutininizi düşündüğünüzde, ürettiğiniz kamusal haber ya da benzeri içerik (köşe yazısı, röportaj, söyleşi vb.) sıklığı için uygun seçeneği işaretleyiniz:

☐ Hiç ☐ Her gün ☐ 2-4 günde bir ☐ Haftada bir
☐ İki haftada bir ☐ Ayda bir

12.2. Son bir aylık mesleki rutininizi düşündüğünüzde, ürettiğiniz kamusal haber ya da benzeri içerik sayısını belirtiniz (ortalama/yaklaşık olarak):

☐ Sıfır ☐ Sadece 1 ☐ 2-7 ☐ 8-14 ☐ 15-22
☐ 23-31 ☐ 32 ve üstü

13. Gazetecilikte özellikle uzmanlaştığınız alan ya da alanlar varsa işaretleyiniz (Birden fazla işaretlenebilir):

Siyaset ☐	Eğitim ☐	Spor ☐
Bilim/Teknoloji ☐	Kültür/Sanat ☐	Sağlık ☐
Adliye/Hukuk ☐	Dış Politika ☐	Ekonomi ☐
Magazin ☐	Çevre ☐	Diğer (Belirtiniz):

14. Gazetecilikle ilgili üyesi bulunduğunuz mesleki örgütlenme (dernek, cemiyet, sendika ve benzeri) sayısını belirtiniz:

☐ Sıfır ☐ Sadece 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ve üstü

15. Aşağıda yaşadığınız toplum/topluluğa ilişkin algılarınızı belirleyen sosyal sermaye unsurlarına ilişkin birtakım sorular bulunmaktadır. Size en yakın seçeneği işaretleyiniz. 1= Kesinlikle Hayır, 2=Sıklıkla Hayır, 3=Sıklıkla Evet, 4=Kesinlikle Evet	Kesinlikle Hayır	Sıklıkla Hayır	Sıklıkla Evet	Kesinlikle Evet
1. Gönüllü olarak herhangi bir yerel çalışma grubunda yer aldınız mı?	1	2	3	4
2. Son altı ayda herhangi yerel bir toplumsal etkinliğe (okul korusu, mahalle korusu, el sanatları sergisi gibi) iştirak ettiniz mi?	1	2	3	4
3. Son üç yıl içinde, herhangi bir acil müdahale için yerel komite (toplum/cemiyet?) hareketine dahil oldunuz mu?	1	2	3	4
4. Son üç yıl içinde, yakın çevredeki toplumsal bir projede gönüllü olarak görev aldınız mı veya çalışmaya destek oldunuz mu?	1	2	3	4
5. Gençlik merkezleri, izci merkezleri, çocuk bakımı ve engellilerin eğlendirilmesi gibi bir organizasyonda kendi isteğinizle çalıştınız mı?	1	2	3	4
6.İhtiyaç duyduğunuzda komşularınızdan yardım ister misiniz?	1	2	3	4
7.Varsayın ki çocuk bakıyorsunuz ve acil olarak dışarı çıkmanız gerekti, komşunuzdan yardım ister miydiniz?	1	2	3	4
8.Geçtiğimiz hafta herhangi bir komşunuzu ziyaret ettiniz mi, onunla yakından ilgilendiniz mi?	1	2	3	4
9.Alişverişe gittiğinizde komşularınızla veya tanıdıklarınıza rastlamak sizi mutlu eder mi?	1	2	3	4
10.Geçtiğimiz altı ay içinde, hasta bir komşunuza iyilik ettiniz mi?	1	2	3	4
11.Toplumun size gereken değeri verdiğine inanıyor musunuz?	1	2	3	4
12.Çalıştığınız işyerinde kendinizi yaşadığınız toplumun bir parçası olarak hissediyor musunuz?	1	2	3	4
13.İş arkadaşlarınızla aynı zamanda iş dışında görüştüğünüz arkadaşlarınız mı?	1	2	3	4
14.İşyerinde kendinizi bir takım üyesi olarak görüyor musunuz?	1	2	3	4
15.Farklı kültürlerden gelenlerin yaşadığınız yeri zenginleştirdiğini düşünüyor musunuz?	1	2	3	4
16.Farklı yaşam biçimleri olan kişiler arasında yaşıyor olmak hoşunuza gidiyor mu?	1	2	3	4
17. Spor, el sanatları veya sosyal kulüp ve dernekler gibi herhangi yerel bir kulübün veya derneğin aktif üyesi misiniz?	1	2	3	4
18. Herhangi yerel bir kulübün veya derneğin yönetim veya organizasyon komitesinde aktif üyesi misiniz?	1	2	3	4
19.Çoğu insanların güvenilir olduğuna inanıyor musunuz?	1	2	3	4
20.Eğer birilerinin arabası evinizin önünde bozulursa, onu telefonu kullanmak için evinize davet eder misiniz?	1	2	3	4
21.İçinde olduğunuz toplumu aileniz gibi güvenli hisseder misiniz?	1	2	3	4
22.Hava karardıktan sonra oturduğunuz mahallede yürürken kendinizi güvende hissediyor musunuz?	1	2	3	4
23.Yaşadığınız mahalle, bölge güvenilir bir yer olarak bilinir mi?	1	2	3	4
24.Herhangi bir önemli kararı vermek için bilgiye ihtiyacınız olduğunda, bilgiyi nereden bulacağınızı biliyor musunuz?	1	2	3	4
25.Herhangi bir komşunuzla köpek, siyasi nedenler veya ortak alanları kullanmak gibi konularda uyuşmazlığa düştüğünüzde, uzlaşmacı bir tavır ortaya koymaya istekli olur musunuz?	1	2	3	4

26.Çalıştığınız ortamda, size sorulmasa veya söylenmese bile gerektiğinde yapılması gerekenler için inisiyatif alır mıydınız?	1	2	3	4
27. Halka açık yerlerde diğer insanların bıraktığı çöpleri hiç topladınız mı?	1	2	3	4
28.Geçtiğimiz hafta iş arkadaşınıza (veya hayatınızdaki herhangi bir kişiye) iş tanımınızda yer almayan (sizin sorumluluğunuzda olmayan) bir konuda yardım ettiniz mi?	1	2	3	4

16. Kamusal gazetecilik; toplumsal faydayı esas alan, vatandaşların sorunlarını gündeme taşıyan, meselelerde halkın bakış açısını yansıtmaya çalışan bir gazetecilik anlayışını ifade etmektedir. Aşağıda yaşadığınız toplum/topluluk/çevrede Kamusal Habercilik Olanaklarına ilişkin zorluk derecesini anlamaya yönelik sorular bulunmaktadır. Size en yakın gelen seçeneği işaretleyiniz. 1=Çok zor, 2=Zor, 3=Ne Zor Ne Kolay 4=Kolay 5=Çok kolay	Çok zor	Zor	Ne Zor Ne Kolay	Kolay	Çok Kolay
1. Yaşadığım toplumdaki sorunları haber yapabiliyorum.	1	2	3	4	5
2. Toplumu ilgilendiren geniş çaplı olay ve gelişmeleri haber yapabiliyorum.	1	2	3	4	5
3. Kamu görevlileri hakkında haber yapabiliyorum.	1	2	3	4	5
4. Kamu projeleri hakkında haber yapabiliyorum.	1	2	3	4	5
5. Kamusal sorunları haber yapabiliyorum.	1	2	3	4	5
6. Kamu politikalarıyla ilgili haber yapabiliyorum.	1	2	3	4	5
7. Yaşadığım bölgedeki işletmeler hakkında haber yapabiliyorum.	1	2	3	4	5
8.Çalıştığım bölgedeki kamu görevlilerinin sözlerini aktarabiliyorum.	1	2	3	4	5
9. Çalıştığım bölgedeki iş adamlarının sözlerini aktarabiliyorum.	1	2	3	4	5
10. Çalıştığım bölgedeki sivil toplum örgütlerinin temsilcilerinin sözlerini aktarabiliyorum.	1	2	3	4	5
11. Çalıştığım bölgedeki sorunlar hakkında uzman görüşlerine başvurabiliyorum.	1	2	3	4	5
12. Çalıştığım bölgedeki siyasi meseleleri insanlara açıklayan haberler yapabiliyorum.	1	2	3	4	5
13. Çalıştığım bölgedeki resmi yetkililerin sevmeyebileceği, ancak halkın bilmesi gereken olayları haber yapabiliyorum.	1	2	3	4	5

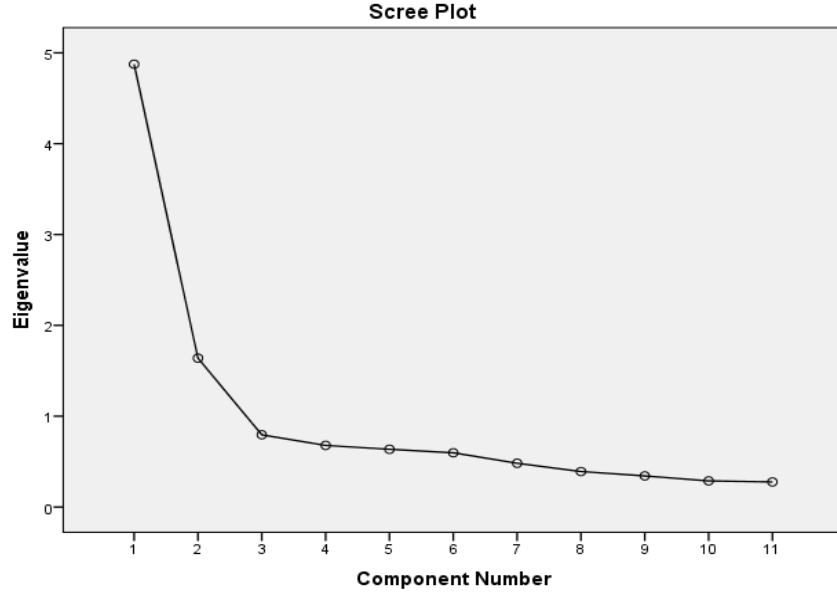
17. 1. Aşağıda verilen sosyal gruplardan insanlarla yakınlık dereceniz için uygun seçeneği işaretleyiniz. Aşağıda verilen referans değerlere göre size en yakın gelen seçeneği işaretleyiniz. 1=Hiç ilişkimiz yok,5=Çok yakın					
Aileniz	1	2	3	4	5
Arkadaşlarınız	1	2	3	4	5
Meslektaşlarınız	1	2	3	4	5
Komşularınız	1	2	3	4	5

17.2. Aşağıda verilen sosyal gruplardan insanlarla hangi sıklıkla yüz yüze görüştüğünüzü söyleyebilirsiniz? 1=Her gün, 2=Haftada Birkaç Kez, 3=Haftada Bir, 4=Ayda 2-3 kez, 5=Ayda bir, 6=Ayda birden daha az, 7=Hiç	Her gün	Haftada Birkaç Kez	Haftada Bir	Ayda 2-3 kez	Ayda Bir	Ayda birden daha az	Hiç
Aileniz	1	2	3	4	5	6	7
Arkadaşlarınız	1	2	3	4	5	6	7
Meslektaşlarınız	1	2	3	4	5	6	7
Komşularınız	1	2	3	4	5	6	7
Diğer (Yukarıda kalan dört sosyal grubun dışında kalan insanlar)	1	2	3	4	5	6	7
17.3. Aşağıda verilen sosyal gruplardan insanlarla hangi sıklıkla telefon, internet vb. iletişim kanallarıyla görüştüğünüzü söyleyebilirsiniz? 1=Her gün, 2=Haftada Birkaç Kez, 3=Haftada Bir, 4=Ayda 2-3 kez, 5=Ayda bir, 6=Ayda birden daha az, 7=Hiç	Her gün	Haftada Birkaç Kez	Haftada Bir	Ayda 2-3 kez	Ayda Bir	Ayda birden daha az	Hiç
Aileniz	1	2	3	4	5	6	7
Arkadaşlarınız	1	2	3	4	5	6	7
Meslektaşlarınız	1	2	3	4	5	6	7
Komşularınız	1	2	3	4	5	6	7
Diğer (Yukarıda kalan dört sosyal grubun dışında kalan insanlar)	1	2	3	4	5	6	7
17.4. Aşağıda verilen sosyal gruplardan her gün çeşitli sebeplerle etkileşime girdiğiniz insanların sayısı için uygun seçeneği işaretleyiniz.	Hiç	1 Kişi	2 Kişi	3 Kişi	4 Kişi	5 ve üstü	
Aileniz	0	1	2	3	4	5	
Arkadaşlarınız	0	1	2	3	4	5	
Meslektaşlarınız	0	1	2	3	4	5	
Komşularınız	0	1	2	3	4	5	
Diğer (Yukarıdaki dört sosyal grubun dışında kalan insanlar)	0	1	2	3	4	5	
17.5. Aşağıda verilen sosyal gruplardan haber üretimi için yararlı bilgiler sağlayan insanların sayısını belirtiniz. “Haber üretimi için yararlı bilgi”; gelişmeler hakkındaki bilgilendirmeleri, hükümet, iş dünyası, suç veya kazalara ilişkin düşünce ve yorumları veya bunların dışında herhangi bir faydayı kapsayabilir.	Hiç	1 Kişi	2 Kişi	3 Kişi	4 Kişi	5 ve üstü	
Aileniz	0	1	2	3	4	5	
Arkadaşlarınız	0	1	2	3	4	5	
Meslektaşlarınız	0	1	2	3	4	5	
Komşularınız	0	1	2	3	4	5	
Diğer (Yukarıdaki dört sosyal grubun dışında kalan insanlar)	0	1	2	3	4	5	

Anket bitmiştir. Katılımınız İçin Teşekkür Ederiz.

EK 2: Diğer Tablo ve Grafikler

Ek Grafik 1: Kamusal Habercilik Olanakları Özdeğerlerin Saçılımı Grafiği



Ek Tablo 1: Sosyal Sermaye Ölçeği Sorularına Katılım Düzeyi ve Ortalamalar

	Kesinlikle Hayır		Sıklıkla Hayır		Sıklıkla Evet		Kesinlikle Evet		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	
Gönüllü olarak herhangi bir yerel çalışma grubunda yer aldınız mı?	84	21,9	114	29,7	92	24,0	94	24,5	2,51
Son altı ayda herhangi yerel bir toplumsal etkinliğe (okul korosu, mahalle korosu, el sanatları sergisi gibi) iştirak etiniz mi?	146	38,0	135	35,2	63	16,4	40	10,4	1,99
Son üç yıl içinde, herhangi bir acil müdahale için yerel komite (toplum/cemiyet?) hareketine dahil oldunuz mu?	146	38,0	165	43,0	47	12,2	26	6,8	1,88
Son üç yıl içinde, yakın çevredeki toplumsal bir projede gönüllü olarak görev aldınız mı veya çalışmaya destek oldunuz mu?	87	22,7	104	27,1	130	33,9	63	16,4	2,44
Gençlik merkezleri, izci merkezleri, çocuk bakımı ve engellilerin eğlendirilmesi gibi bir organizasyonda kendi isteğinizle çalıştınız mı?	159	41,4	144	37,5	68	17,7	13	3,4	1,83
İhtiyaç duyduğunuzda komşularınızdan yardım ister misiniz?	3	0,8	21	5,5	191	49,7	169	44,0	3,37
Varsayın ki çocuk bakıyorsunuz ve acil olarak dışarı çıkmanız gerekti, komşunuzdan yardım ister miydiniz?	3	0,8	14	3,6	154	40,1	213	55,5	3,50
Geçtiğimiz hafta herhangi bir komşunuzu ziyaret ettiniz mi, onunla yakından ilgilendiniz mi?	97	25,3	139	36,2	101	26,3	47	12,2	2,26
A alışverişe gittiğinizde komşularınızla veya tanıdıklarınıza rastlamak sizi mutlu eder mi?	13	3,4	75	19,5	186	48,4	110	28,6	3,02
Geçtiğimiz altı ay içinde, hasta bir komşunuza iyilik ettiniz mi?	85	22,1	139	36,2	101	26,3	59	15,4	2,35
Toplulun size gereken değeri verdiğine	74	19,3	119	31,0	136	35,4	55	14,3	2,45

inanıyor musunuz?

Çalıştığınız işyerinde kendinizi yaşadığınız toplumun bir parçası olarak hissediyor musunuz?	50	13,0	81	21,1	150	39,1	103	26,8	2,80
İş arkadaşlarınızla aynı zamanda iş dışında görüştüğünüz arkadaşlarınız mı?	20	5,2	73	19,0	170	44,3	121	31,5	3,02
İşyerinde kendinizi bir takım üyesi olarak görüyor musunuz?	22	5,7	65	16,9	166	43,2	131	34,1	3,06
Farklı kültürlerden gelenlerin yaşadığınız yeri zenginleştirdiğini düşünüyor musunuz?	10	2,6	72	18,8	185	48,2	117	30,5	3,07
Farklı yaşam biçimleri olan kişiler arasında yaşıyor olmak hoşunuza gidiyor mu?	9	2,3	51	13,3	202	52,6	122	31,8	3,14
Spor, el sanatları veya sosyal kulüp ve dernekler gibi herhangi yerel bir kulübün veya derneğin aktif üyesi misiniz?	166	43,2	138	35,9	48	12,5	32	8,3	1,86
Herhangi yerel bir kulübün veya derneğin yönetim veya organizasyon komitesinde aktif üyesi misiniz?	184	47,9	155	40,4	33	8,6	12	3,1	1,67
Çoğu insanların güvenilir olduğuna inanıyor musunuz?	76	19,8	145	37,8	127	33,1	36	9,4	2,32
Eğer birilerinin arabası evinizin önünde bozulursa, onu telefonu kullanmak için evinize davet eder misiniz?	50	13,0	73	19,0	136	35,4	125	32,6	2,88
İçinde olduğunuz toplumu aileniz gibi güvenli hisseder misiniz?	82	21,4	157	40,9	119	31,0	26	6,8	2,23
Hava karardıktan sonra oturduğunuz mahallede yürürken kendinizi güvende hissediyor musunuz?	33	8,6	115	29,9	160	41,7	76	19,8	2,73
Yaşadığınız mahalle, bölge güvenilir bir yer olarak bilinir mi?	32	8,3	114	29,7	179	46,6	59	15,4	2,69
Herhangi bir önemli kararı vermek için bilgiye ihtiyacınız olduğunda, bilgiyi nereden bulacağınızı biliyor musunuz?	11	2,9	34	8,9	173	45,1	166	43,2	3,29
Herhangi bir komşunuzla köpek, siyasi nedenler veya ortak alanları kullanmak gibi konularda uyuşmazlığa düştüğünüzde, uzlaşmacı bir tavır ortaya koymaya istekli olur musunuz?	10	2,6	34	8,9	192	50,0	148	38,5	3,24
Çalıştığınız ortamda, size sorulmasa veya söylenmese bile gerektiğinde yapılması gerekenler için inisiyatif alır mıydınız?	19	4,9	73	19,0	169	44,0	123	32,0	3,03
Halka açık yerlerde diğer insanların bıraktığı çöpleri hiç topladınız mı?	14	3,6	107	27,9	185	48,2	78	20,3	2,85
Geçtiğimiz hafta iş arkadaşınıza (veya hayatınızdaki herhangi bir kişiye) iş tanımınızda yer almayan (sizin sorumluluğunuzda olmayan) bir konuda yardım ettiniz mi?	18	4,7	79	20,6	200	52,1	87	22,7	2,93

Ek Tablo 2: Kamusal Habercilik Olanakları Ölçeği Sorularına Katılım Düzeyi ve Ortalaması

	Çok zor		Zor		Ne Zor Ne Kolay		Kolay		Çok kolay		Ortalama
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Yaşadığım toplumdaki sorunları haber yapabiliyorum.	41	10,7	66	17,2	118	30,7	99	25,8	60	15,6	3,18
Toplumu ilgilendiren geniş çaplı olay ve gelişmeleri haber yapabiliyorum	38	9,9	64	16,7	120	31,3	103	26,8	59	15,4	3,21
Kamu görevlileri hakkında haber yapabiliyorum	55	14,7	96	25,7	104	27,8	87	23,3	32	8,6	2,85
Kamu projeleri hakkında haber yapabiliyorum	20	5,3	72	19,2	122	32,5	115	30,7	46	12,3	3,25
Kamusal sorunları haber yapabiliyorum	46	12,4	80	21,5	100	26,9	106	28,5	40	10,8	3,04
Kamu politikalarıyla ilgili haber yapabiliyorum	27	7,3	73	19,8	143	38,8	88	23,8	38	10,3	3,10
Yaşadığım bölgedeki işletmeler hakkında haber yapabiliyorum	36	9,4	75	19,5	122	31,8	114	29,7	37	9,6	3,11
Çalıştığım bölgedeki kamu görevlilerinin sözlerini aktarabiliyorum	39	10,2	77	20,1	107	27,9	130	33,9	31	8,1	3,10
Çalıştığım bölgedeki iş adamlarının sözlerini aktarabiliyorum	40	10,4	72	18,8	116	30,2	116	30,2	40	10,4	3,11
Çalıştığım bölgedeki sivil toplum örgütlerinin temsilcilerinin sözlerini aktarabiliyorum	32	8,3	52	13,5	122	31,8	139	36,2	39	10,2	3,26
Çalıştığım bölgedeki sorunlar hakkında uzman görüşlerine başvurabiliyorum	20	5,2	49	12,8	105	27,3	157	40,9	53	13,8	3,45
Çalıştığım bölgedeki siyasi meseleleri insanlara açıklayan haberler yapabiliyorum	33	8,6	51	13,3	125	32,6	131	34,1	44	11,5	3,27
Çalıştığım bölgedeki resmi yetkililerin sevmeyebileceği, ancak halkın bilmesi gereken olayları haber yapabiliyorum	47	12,2	97	25,3	125	32,6	97	25,3	18	4,7	2,85

KAYNAKÇA

- Aba Şenbayram, E. (2018). “Banka İşgörenlerinin Sosyal Sermaye ve İş Tatminine İlişkin Algı Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 42-50.
- Abdioğlu, H., ve Y. Seren. (2013). “İşletmelerde Sosyal Sermayenin Ölçülmesi ve Raporlanmasına Yönelik Bir Araştırma”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15 (1), 25-56.
- Acun, İ., C. Yücel, N. L. Balbağ, S. İri ve C. Belenkuyu. (2017). “Sosyal Sermaye ve Sosyal Medya: Demokrasi ve Vatandaşlık Hakkında Bir Araştırma”. *Sakarya University Journal of Education*, 7 (3), 564-583.
- Adam, F., ve B. Roncevic. (2003). “Social Capital: Recent Debates and Research Trends”. *Social Science Information*, 42 (2), 155-183.
- Adler, P. S., ve S. W. Kwon. (2002). “Social Capital: Prospects for a New Concept”. *The Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Akar, T., ve A. Ay. (2018). “Sosyal Sermaye ve İnovasyonun Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi”. *Journal of Economy Culture and Society*, 58, 105-126.
- Akçay, S. (2002). “Sosyal Sermayenin Yolsuzluk Üzerine Etkisi: Ampirik Bir Araştırma”. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20 (2), 217-228.
- Aktay, A. (2017). “Sosyal Sermaye Bağlamında Erich Fromm ve Sağlıklı Toplum”. *Akademik İncelemeler Dergisi (AID)*, 12 (1), 155-172.
- Alemdar, K. ve R. Uzun. (2019). *Herkes İçin Gazetecilik*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Altınoklu Şenay, M. N. (2016). “Bir Alt Alan Olarak Köşe Yazarlığı”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 25, 103-125.
- Alver, F. (2011). *Gazetecilik Bilimi ve Kuramları: Gazetecilik Kuram Tasarımlarını Türkiye'deki Gazetecilik Sistemi ve Uygulamalarıyla Sınanma Denemesi*. İstanbul: Kalkedon.
- Anderson, B. (2017). *Hayali Cemaatler* (9. Basım). (Çev. İ. Savaşır) İstanbul: Metis.

- Arda, E. (2008). “Sermaye”. *Ekonomi Sözlüğü* içinde.(1, 835) İstanbul: Beta.
- Ardahan, F. (2012). “Sosyal Sermaye Ölçeği Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması”. *International Journal of Sciences*, 9 (2), 773-789.
- Arlı, A. (2014). Klasik Sosyolojide Derin Revizyon: Pierre Bourdieu. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, ve Ü. Tatlıcan (Dü), *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* içinde (ss. 131-160). İstanbul: İletişim Yayınları. 3. baskı.
- Arsan, E. (2008). *Avrupa Birliği ve Gazetecilik*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Arsan, E. (2013). Türkiye Medyasını Anlamak: Demokratik Bir Yapı Mümkün mü?. (E. Geçer, Röp. Yapan) İstanbul: Kolektif Kitap.
- Aslan, S. (2016). “Türkiye’de Sosyal Sermaye Bileşenlerinden Güven Hakkında Bir Değerlendirme”. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17 (2), 181-204.
- Aşkın, E. Ö. ve S. Barış. (2016). “Kadın İstihdamında Sosyal Sermayenin Etkisi: Tokat İlinde Kadın Girişimciler Üzerine Bir İnceleme”. *Business & Economics Research Journal*, 7(2), 63-82.
- Aydemir, M. A. (2011). *Sosyal Sermaye: Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Araştırması*. Konya: Çizgi Yayınevi.
- Aydın Öztürk, T. (2018). “Social Capital, Relations and Music World: Networks in New Media”. *Journal of Economy Culture and Society*, (58), 91-103.
- Babacan, M. E. (2012). *Toplumsal Paylaşım Ağlarında Sosyal Sermaye Pratikleri*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sakarya.
- Bakan, U. (2014). *Bireysel Farklılıkların Sosyal Sermaye Oluşumuna Etkisi: Facebook ve LinkedIn Kullanıcıları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz*. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir.
- Baker, W. (1990). “Market Networks and Corporate Behavior”. *American Journal of Sociology*, 96, 589-625.

- Basın İlan Kurumu (BİK). (2018). *2018 Yılı Basın Çalışanları İstatistikleri*. Erişim adresi: <http://www.bik.gov.tr/wp-content/uploads/2018/08/Tablo-1.docx?x69656> (Erişim tarihi: 21.12.2018)
- Baş, F. C. (2018). “Sosyal Medya Davranışının Oluşumu: Çevrimiçi Ortamlarda Güven, Sosyal Sermaye ve Saygınlık İlişkisi”. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, (21) 2, 49-85.
- Başak, S. (2010). “Genelleşmiş Güven ve Toplumsal Cinsiyet”. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 27 (1). 53-71.
- Başak, S. ve Öztaş, N. (2010). “Güven Ağbağları, Sosyal Sermaye ve Toplumsal Cinsiyet”. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (1), 27-56.
- Batt, P. J. (2008). “Building Social Capital in Networks”. *Industrial Marketing Management* (37), 487-491.
- Baysal Balcı, S. (2015). “Dünya Bankası Perspektifinden Sosyal Sermaye ile Kalkınma Yaklaşımları”. *Planlama*, 25 (1), 1-7.
- Bebbington, A., S. Guggenheim, E. Olson, and M. Woolcock. (2004). “Exploring Social Capital Debates at the World Bank”. *The Journal of Development Studies*, 40 (5), 33-64.
- Becker, G. S. (1994). Human Capital Revisited. G. S. Becker (Ed.), *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education* içinde (ss. 15-28). Chicago and London: The University of Chicago Press. 3. Baskı.
- Beckett, C. Ve R. Mansell. (2008). “Crossing Boundaries: New Media and Networked Journalism”. *Communication, Culture & Critique*, 1 (1), 92-104.
- Bekiroğlu, O. (2012). Sivil Toplum ve Medya: Demokrasi ve Alternatiflik Kavşağında İki Alan. Ö. Özer (Ed.), *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik* içinde (ss. 111-166). Konya: Literatürk.
- Belliveau, M.A., C. A. O'Reilly, ve J. B. Wade. (1996). “Social Capital at the Top: Effects of Social Similarity and Status on CEO Compensation”. *Academy of Management Journal*, 39, 1568-1593.

- Benkhoff, B. (1997). "Ignoring Commitment Is Costly: New Approaches Establish The Missing Link Between Commitment And Performance". *Human relations*, 50 (6), 701-726.
- Bennett, L. (2016). *News: The Politics of Illusion*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. J. H. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* içinde (ss. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1995). *Pratik Nedenler*. (Çev. H. Tufan) İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (1997). *Televizyon Üzerine*. (Çev. T. Ilgaz) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Bilimin Toplumsal Kullanımları* (2. baskı). Ankara: Heretik.
- Bourdieu, P. ve L. Wacquant. (2014). *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar* (7. baskı). (Çev. N. Ökten) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P., ve L. J. Wacquant. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bourse, M. ve H. Yücel. (2012). *İletişim Bilimlerinin Serüveni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Boxman, E. A., P. M. De Graaf ve H.D. Flap. (1991). "The Impact Of Social and Human Capital On The Income Attainment Of Dutch Managers". *Social networks*, 13 (1), 51-73.
- Boyacı, A. (2018). "Ortaöğretimde Okul Terki ve Sosyal Sermaye: Nitel Bir Araştırma". *Journal of Economy Culture and Society*, 58, 67-89.
- Boyd, A. (2001). *Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television News* (Fifth Edition). Oxford: Focal Press.
- Boz, B., B. Buluk ve S. Aysu. (2017). "Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Sermaye İlişkisi: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği". *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (16. UİK Özel Sayısı), 633-648.

- Brehm, J., ve W. Rahn. (1997). "Individual-Level Evidence for the Causes and Consequences of Social Capital". *American Journal of Political Science*, 41 (3), 999-1023.
- Briggs, A. ve P. Burke. (2004). *Medyanın Toplumsal Tarihi*. İstanbul: İzdüşüm Yayınları.
- Brown, D. W. and A. M. Konrad. (2001). "Granovetter Was Right: The Importance of Weak Ties". *Group & Organization Management*, 26 (4), 434-462.
- Browne, C. (2001). *Gazetecinin El Kitabı*. Ankara: Mediacat.
- Burgess, E. W. (1928). The Growth of the City: An Introduction To A Research Project. R. E. Park ve E.W. Burgess (Ed.), *The City* içinde (ss. 47-62). Chicago: University of Chicago Press.
- Burt, R. S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Burt, R. S. (1997). "The Contingent Value of Social Capital". *Administrative Science Quarterly*, 42 (2), 339-365.
- Burt, R. S. (2001). *Structural Holes Versus Network Closure As Social Capital*. N. Lin, C. S. Cook ve R. S. Burt (Ed.), *Social Capital: Theory and Research* (ss. 31-56) içinde. New York: Routledge.
- Burt, R. S. (2005). *Brokerage and Closure*. New York : Oxford University Press.
- Bülbül, R. (2000). *Genel Gazetecilik Bilgileri*. Konya: İletişim Kitapları.
- Büyüköztürk, Ş., Ö. E. Akgün, Ö. Özkahveci ve F. Demirel. (2004). "Güdülenme ve Öğrenme Stratejileri Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerlik Güvenirlik Çalışması". *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 4(2), 207-239.
- Cappella, J. N. (2002). "Cynicism And Social Trust In The New Media Environment". *Journal of Communication*, 52 (1), 229-241.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi (Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür)*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Çenker Özek, C. (2018). “1990’lardan Günümüze Türkiye’de Sosyal Sermaye ve Sivil Toplum: Bölgeler Arası bir Karşılaştırma”. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (2018 Özel Sayısı), 44-77.
- Chapman, J. (2008). Broadcast Journalism: Yesterday, Today And The Future. J. Chapman ve M. Kinsey (Ed.), *Broadcast Journalism: A Critical Introduction* içinde (ss. 7-17). Taylor & Francis e-Library.
- Claridge, T. (2004). *Social Capital and Natural Resource Management: An important role for social capital?*. Brisbane: University of Queensland.
- Cole, D. A. (1987). “Utility of Confirmatory Factor Analysis in Test Validation Research”. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55 (4), 584-594.
- Coleman, J. S. (1987). “Families and Schools”. *Educational Researcher*, 16 (6), 32-38.
- Coleman, J. S. (1988). “Social Capital in the Creation of Human Capital”. *The American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Coleman, J. S. (1993). “The Rational Reconstruction of Society: 1992 Presidential Address”. *American Sociological Review*, 58 (1), 1-15.
- Coleman, J., E. Campbell, C. Hobson, J. McPartland, A. Mood, F. Weinfeld et al. (1966). *Equality of Educational Opportunity*. Washington: U.S. Government Printing Office.
- Collier, P. (2002). Social Capital And Poverty: A Microeconomic Perspective. C. Grootaer ve T. Van Bastelaer (Ed.), *The Role of Social Capital in Development: An Empirical Assessment* içinde (ss. 19-42). New York : Cambridge University Press.
- Çapık, C. (2014). Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmalarında Doğrulamalı Faktör Analizinin Kullanımı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17 (3), 196-205.
- Çarkoğlu, A., ve E. Kalaycıoğlu. (2014). *Türkiye’de ve Dünya’da Vatandaşlık (ISSP Araştırma Raporu)*. İstanbul: İstanbul Politikalar Merkezi (İPM).

- Çekiç, T. İ. (2012). “Türkiye’de Sosyal Sermaye ve Sivil Toplumun Bölgesel Yapısı”. *Megaron*, 7(3), 181-190.
- Çetin, B. N. (2018). “Tüketim Yoluyla Sosyal Sermaye Edinimi ve Tahvil Aracı Olarak Borçlanma”. *Journal of Economy Culture and Society* 58, 195-215.
- Dasgupta, P. (2005). “Economics of Social Capital”. *Economic Record*, 81 (1), 2-21.
- Dasgupta, P. (2007). *Economics: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.
- De Mello, L. (2010). “Does Fiscal Decentralisation Strengthen Social Capital?: Cross-Country Evidence and the Experiences of Brazil and Indonesia”. *OECD Economics Department Working Papers*, No. 825.
- Demirağ, B. ve T. Büyükbeşe. (2018). “Öğretim Elemanlarının Eğitim Ortamı Algısının Sosyal Sermayenin Boyutları Üzerindeki Etkisi Üzerine Nicel Bir Araştırma: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Örneği”. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 53-71.
- Demirkent, N. (1995). *Medya Medya*. İstanbul: Dünya Yayınları.
- Demirkent, N. (2003). *Sayfa Sayfa Gazetecilik*. İstanbul: Dünya Kitapları.
- Deuze, M. (2009). Journalism, Citizenship, Digital Culture. Z. Papacharissi (Ed.), *Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication* içinde (ss. 15-28). New York: Routledge.
- Doğan, Ö., ve A. Bozkurt Bostancı. (2017). “Okulların Sosyal Sermaye Düzeyleri ile Öğretmenlerin Psikolojik Sözleşmeleri Arasındaki İlişki”. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (ERTE Özel Sayısı), 313-334.
- Dolfsma, W. ve C. Dannreuther. (2003). “Subjects and Boundaries: Contesting Social Capital-Based Policies”. *Journal of Economic Issues*, 37(2), 405-413.
- Durkheim, E. (2006). *Toplumsal İşbölümü*. (Çev. Ö. Ozankaya) İstanbul: Cem Yayınevi.

- Durna, U. ve V. Eren. (2005). "The Examination Of Organisational Commitment In Connection With Three Components Of Commitment". *Doğuş University Journal*, 6 (2), 210-219.
- Durston, J. (1999). "Building Community Social Capital". *CEPAL Review*, 69, 103-118.
- Durston, J. ve E. Lopez. (2006). "Social Capital and Participatory Management in the Pátzcuaro Basin". *CEPAL Review*, 90, 103-117.
- Durston, J. W., J. M. Gaete ve M. Pérez. (2016). "Community, Connectivity and the Regional Movement in Patagonia: The Evolution of Social Capital in the Aysén Region of Chile". *CEPAL Review*, 118, 221-234.
- Dursun, Ç. (2001). *TV Haberlerinde İdeoloji*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Easterly, W. R. ve D. L. Wetzel. (1989). *Policy Determinants of Growth: Survey of Theory and Evidence*. Washington DC: World Bank.
- Edwards, B. ve M. W. Foley. (1997). "Social Capital and the Political Economy of our Discontent". *The American Behavioral Scientist*, 40(5), 669-678.
- Eldridge, J. (2005). News, Truth And Power. J. Eldridge (Ed.), *Getting the Message: News, truth and power içinde* (ss. 3-29). Taylor & Francis e-Library.
- Eniç, D. (2018). "Facebook Sosyal Sermayeyi Nasıl Etkiler?". *Artıbilim: Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 39-61.
- Eraslan Yayınoglu, P. (2013). *Gazetecilik ve Halkla İlişkiler: Mücadele mi, İş birliği ni?* İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Erdoğan, İ. (2007). *Türkiye'de Gazetecilik ve Bilim İletişimi*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Erdoğan, İ. ve K. Alemdar. (2010). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Feinstein, A. (2006). *Journalists Under Fire: The Psychological Hazards of Covering War*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

- Field, J. (2008). *Sosyal Sermaye* (2. baskı). (B. Bilgen ve B. Şen, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Fine, B. (2008). *Sosyal Sermaye Sosyal Bilime Karşı: Bin Yılın Eşiğinde Ekonomi Politik ve Sosyal Bilimler*. İstanbul: Yordam.
- Fine, B. (2010a). Sosyal Sermaye. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (Ed.), *Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri* içinde (ss. 307-327). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Fine, B. (2010b). *Theories of Social Capital: Researches Behaving Badly*. London: PlutoPress.
- Fleeson, L. (2000). *Ten Steps to Investigative Reporting*. Washington: ICFJ (International Center For Journalists).
- Flores, M. ve F. Rello. (2003). "Social Capital and Poverty Lessons from Case Studies in Mexico and Central America". *Culture, Agriculture, Food and Enviroment*, 25(1), 1-10.
- Foley, M. W. ve B. Edwards. (1997). "Escape from Politics? Social Theory and Social Capital Debate". *American Behavioral Scientist*, 40(5), 550-561.
- Frolov, İ. (1991). "A priori". *Felsefe Sözlüğü* (1. Basım) içinde. (1, 25). İstanbul: Cem Yayınevi.
- Fukuyama, F. (1996). *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity*. New York: Free Press Paperbacks.
- Fukuyama, F. (1997). *Social Capital: Tanner Lecture on Human Values*. Oxford: Brasenose College.
- Fukuyama, F. (2010). Sosyal Sermaye ve Sivil Toplum. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (Ed.), *Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri* içinde (ss. 143-170). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Gans, H. (2003). *Democracy and the News*. New York: Oxford University Press.
- Gans, H. J. (2004). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time* (25th Anniversary Edition). Evanston, Illinois: Northwestern University Press.

- George, D. ve P. Mallery. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 17.0 Update* (10th Edition). Boston: Pearson.
- Gerbner, G., L. Gross, M. Morgan, ve N. Signorielli. (1980). “The ‘Mainstreaming’ of America: Violence Profile No: 11”. *Journal of Communication*, 30 (3), 10–29.
- Gerbner, G., M. Morgan and N. Signorielli. (1993). *Television Violence Profile No. 16: The Turning Point from Research to Action*. The Annenberg School of Communication George Gerbner Archive.
- Gerbner, G., M. Morgan, L. Gross, N. Signorielli ve J. Shanahan. (2002). Growing Up with Television: Cultivation Processes. Jennings B. ve Zillmann D. (Ed.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (s. 43-68) içinde. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gerbner, G., ve L. Gross. (1976). “Living with Television: The Violence Profile”. *Journal of Communication*, 26 (2), 172-199.
- Gittell, R., and A. Vidal. (1998). *Community Organizing: Building Social Capital As a Development Strategy*. California: SAGE Publications.
- Goodwin, G. A. ve J. A. Scimecca. (2006). *Sosyolojik Teori: Sosyolojinin Vaadinin Yeniden Keşfi*. (Haz. Ü. Tatlıcan) İstanbul: Say Yayınları.
- Gorney, C. (2002). *The Business of News: A Challenge for Journalism’s Next Generation*. New York: Carnegie Corporation of New York.
- Göze, A. (2005). *Siyasal Düşünceler ve Yönetimler*. İstanbul: Beta.
- Granovetter, M. (1973). “The Strength of Weak Ties”. *American Journal of Sociology*, 78 (6), 1360-1380.
- Gündüz, M. ve M.C. Yıldız. (2008). “Türk Yazılı Kültüründe Komşuluk”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(25), 123-138.
- Günkör, C. ve Ç. M. Özdemir. (2017). “Sosyal Sermaye ve Eğitim İlişkisi”. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 15 (1), 70-90.
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. (Çev. T. Burger) Massachusetts: The MIT Press.

- Habermas, J. (2004). *Kamusal Alan*. M. Özbek (Dü.) *Kamusal Alan* (s. 95-102) içinde. İstanbul: Hil Yayınları.
- Hanifan, L. J. (1916). “The Rural School Community Center”. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67, 130-138.
- Hanlin, B. (2011). Gazete Sahipleri, Editörler Ve Gazeteciler. A. Belsey ve R. Chadwick (Ed.), *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar* içinde (ss. 51-69). İstanbul: Ayrıntı.
- Hardt, H. (1995). Without The Rank And File: Journalism History, Media Workers, And Problems Of Representation. H. Hardt ve B. Brennen (Ed.), *Newsworkers: Toward a History of the Rank and File* içinde (ss. 1-29). Minnesota : University of Minnesota Press.
- Hargreaves, I. (2006). *Gazetecilik*. (Çev. Y. Özkan) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Harris, J. ve P. Renzi. (2010). Sosyal Sermaye Kavramı: 'Kayıp Halka' mı Yoksa Analitik Olarak mı Kayıp?. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (Dü.), *Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri* içinde (s. 7-44). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Harrison, J. (2008). *Exploring news values: The ideal and the real*. Chapman J. ve Kinsey M. (Ed.), *Broadcast Journalism: A Critical Introduction* (s. 60-68) içinde. Taylor & Francis e-Library.
- Hart, R. P. (1994). “Easy Citizenship: Televisions's Curious Legacy”. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546 (1), 109-119.
- Herdman, E. A. (2012). “Meslekler ve Profesyonellik”. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 9 (2), 3-7.
- Hooper, D., J. Coughlan, ve M. R. Mullen. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6 (1), 53-60.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization And Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. Princeton: Princeton University Press.

- Ionescu, D. (2005). Social Capital: A Key Ingredient for Clusters in Post-Communist Societies . *Business Clusters: Promoting Enterprise in Central and Eastern Europe* içinde (ss. 33-56). Paris: OECD Publishing.
- Işık, M. (2000). *İletişimden Kitle İletişimine*. Konya: Mikro Yayınları.
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: The University of Chicago Press.
- İlhan, M. ve B. Çetin. (2014). “LISREL ve AMOS Programları Kullanılarak Gerçekleştirilen Yapısal Eşitlik Modeli (Yem) Analizlerine İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması”. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 5 (2), 26-42.
- İlic, D. T. (2015). “Pierre Bourdieu ve Televizyon Alanı: Türkiye'deki Televizyon Haberciliğinde Bir Saha Araştırması”. *Selçuk İletişim*, 4 (8), 321-340.
- İzmen, Ü. (2019). “Ekonomik Kalkınmada Birleştirici Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme”. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6 (1), 133-152.
- Jackman, R. W. (2001). Social Kapital. N. J. Smelser and B. Baltes (Dü), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* içinde. Oxford: Elsevier.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life o f Great American Cities*. New York: Vintage Books.
- Jones, N. (2008). Reporting politics. J. Chapman ve M. Kinsey (Ed.), *Broadcast Journalism: A Critical Introduction* içinde (s. 172-179). Taylor & Francis e-Library.
- Kadushin, C. (2012). *Understanding Social Networks: Theories, Concepts, And Findings*. New York: Oxford University Press.
- Karagül, M. (2012). *Sosyal Sermaye: Kapitalizmin Kör Noktası*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Karagül, M. ve S. Akçay. (2002). “Ekonomik Büyüme ve Sosyal Sermaye: Ampirik Bir Kanıt”. *İktisat İşletme ve Finans*, 17 (198), 82-90.

- Karagül, M., ve M. Masca. (2005). “Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme”. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 37-52.
- Karakurt, E. (2008). “Sürdürülebilir Bir Kentsel Yaşam Açısından Sosyal Sermayenin Önemi”. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 10 (2), 76-100.
- Karakuş, Ö. (2013). “Suç Korkusunun Sosyolojik Belirleyenleri: Sosyal Sermaye mi? Sosyal Kontrol mü?”. *Eskisehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (1), 1-19.
- Karataş, İ. ve İ. Seki. (2017). “The Relationship between Social Capital and Regional Development: The Case of Aksaray”. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 17 (1), 105-126.
- Kavakçı, S. ve Ş. Görmüş. (2018). “Sosyal Sermaye Bağlamında Güven Kavramı: Dini, Toplumsal ve İktisadi Boyutu”. *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 75-95.
- Kawachi, I., B. P. Kennedy ve R. G: Wilkinson. (1999). “Crime: Social Disorganization And Relative Deprivation”. *Social science & medicine*, 48 (6), 719-731.
- Kawamoto, K. (2013). “Enhancing Citizen Journalism With Professional Journalism Education”. *Media Development*, (1), 2-6.
- Keane, J. (1992). *Medya ve Demokrasi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kejanlıoğlu, B. (2004). *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Keleş, Ş. ve İ. Akkaş. (2018). “Yaşam Memnuniyeti Sosyal Sermaye ve İletişim”. *Journal of Strategic Research in Social Science*, 4 (4), 109-122.
- Kızmaz, Z. (2012). “Gelişmekte Olan Ülkelerde Suç: Suç Oranlarının Artışı Üzerine Sosyolojik Bir Çözümleme”. *Mukaddime*, (5), 51-74.
- Kitapcı, İ. (2017). *Sosyal Sermaye: Sosyal, Ekonomik ve Bilişsel Bir Perspektif*. İstanbul: Beta.
- Knack, S. (2002). Social Capital, Growth, And Poverty: A Survey Of Cross-Country Evidence. C. Grootaert and T. Van Bastelaer (Ed.), *The Role of Social Capital in*

Development: An Empirical Assessment içinde (ss. 42-82). New York, Cambridge University Press.

Knoke D. (1999) Organizational Networks and Corporate Social Capital. R.T.A.J. Leenders ve S.M. Gabbay (Ed), *Corporate Social Capital and Liability* (ss. 17-42) içinde. Boston, MA: Springer.

Kocaoğlu, M., ve E. Şener. (2018). “Kurumiçi Girişimcilik, Örgütsel Bağlılık ve Sosyal Sermaye İlişkisi: Kamu Sektörü ve Özel Sektörde Bir Karşılaştırma”. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6 (14), 164-175.

Kovach, B. ve T. Rosenstiel. (2007). *Gazeteciliğin Esasları*. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.

Kökalan Çımrın, F. (2018). “Sosyal Sermaye ve Toplumsal Hareketler: Toplumsal Eşitsizliğin İlişkisel Dönüşümü”. *Journal of Economy Culture and Society* (58), 217-227.

Kurşunoğlu, A., E. Bakay ve A. Tanrıöğen. (2010). “İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Örgütsel Bağlılık Düzeyleri”. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(28), 101-115.

Kuştepeli, Y., S. Akgüngör ve Y. Gülcan. (2019). “Sosyal Sermaye ve Türk-Alman Akademik Bağlantıları”. *Sosyoekonomi*, 27 (39), 205-222.

Leana, C. R. ve H. J. Van Buren. (1999). “Organizational Social Capital and Employment Practices”. *The Academy of Management Review*, 24 (3), 538-555.

Lin, N. (1999). “Social Networks and Status Attainment”. *Annual Review of Sociology*, 25, 467-487.

Lin, N. (2000). “Inequality in Social Capital”. *Contemporary Sociology*, 29 (6), 785-795.

Lin, N. (2004). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lin, N. (2010). Sosyal Sermaye Network Kuramının İnşası. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (Ed.), *Sosyal Sermaye: Kuram Uygulama Eleştiri* (ss. 171-220) içinde. İstanbul: Değişim Yayınları.

- Loury, G. (1977). A Dynamic Theory Of Racial Income Differences (Çev. P. A. Wallace and A. M. LaMond). *Women, minorities, and employment discrimination* içinde (ss. 153-186). Lexington: Lexington Books.
- Loury, G. (1992). “The Economics Of Discrimination: Getting To The Core Of The Problem”. *Harvard Journal for African American Public Policy*, 1 (1), 91-110.
- Lowrey, W. ve L. B. Becker. (2004). “Commitment To Journalistic Work: Do High School And College Activities Matter?”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81 (3), 528-545.
- Marsh, R. (2003). *Working With Local Institutions to Support Sustainable Livelihoods*. Rome: FAO.
- Marx, K. (2003). *Kapital: Kapitalist Üretimin Eleştirel Bir Tahlili* (3. Baskı, Cilt I). (Çev. A. Bilgi) Eriş yayınları.
- McAdam, D. (1982). *Political Process and the Development of Black Insurgency 1930-1970*. Chicago: The University of Chicago Press.
- McChesney, R. (1997). *Corporate Media and the Threat to Democracy* (Kindle Edition). New York: Seven Stories Press.
- McChesney, R. (2015). *Rich Media Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. New York: The New Press.
- McPherson, M., L. Smith-Lovin and J. M. Cook. (2001). “Birds of a Feather: Homophily in Social Networks”. *Annual Review of Sociology*, 27(1), 415–444.
- Mercado, A. (2015). “El Tequio: Social Capital, Civic Advocacy Journalism and the Construction of a Transnational Public Sphere by Mexican Indigenous Migrants in the US”. *Journalism*, 16 (2), 238-256.
- Metzgar, E., D. Kurpius ve K. Rowley. (2011). “Defining Hyperlocal Media: Proposing a Framework for Discussion”. *New media & Society*, 5(13), 772-787.
- Milani, C. (2003). “Social Capital And Local Development Theories: Lessons From The Pintadas Experience”. *IV Conferencia Regional ISTR_LAC*. Bahia, Brazil, s. 1-31.

- Ministry of Foreign Affairs (MFA). (2018). Dışişleri Bakanlığı Resmi web sitesi. Erişim adresi: <http://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-gida-ve-tarim-orgutu-fao.tr.mfa> (Erişim tarihi: 22.02.2018).
- Nahapiet, J. ve S. Ghoshal. (1998). “Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage”. *The Academy of Management Review*, 23 (2), 242-266.
- Narayan, D. ve M. F. Cassidy. (2001). “A Dimensional Approach to Measuring Social Capital: Development and Validation of a Social Capital Inventory”. *Current Sociology*, 49 (2), 59-102.
- Neira, I., Lacalle, M. Calderón and M. Portela. (2016). “Official Development Assistance, Social Capital And Growth In Latin America”. *CEPAL Review*, 119, 29-43.
- Norris, P. (2002). “Social Capital And The News Media”. *The International Journal of Press/Politics*, 7 (1), 3-8.
- O'Connor, L. G. ve L. L. Dillingham. (2014). “Personal Experience As Social Capital In Online Investor Forums”. *Library & Information Science Research*, 36(1), 27-35.
- Odyakmaz Acar, N. (2013). Popüler Kültürün Yasınası: Kültür Sanat Gazeteciliği. Ş. Çağlar (Ed.), *Şövalyelik Mesleği Gazeteciliğin Uzmanlık Alanları* içinde (ss. 201-228). Konya: Literatürk.
- OECD. (2001). *The Well-being of Nations: The Role of Human and Social Capital*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2006). *Financial Support to Fisheries: Implications for Sustainable Development*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2017), *How's Life? 2017: Measuring Well-being*. Paris: OECD Publishing.
- Olgun, C. K. (2019). *Habercinin Değişen Habitusu: Televizyon Kanallarında Haber Üretim Süreçlerinin İşleyişi*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Onay Özkaya, M., İ. Deveci Kocakoç ve E. Kara. (2006). “Examining The Relations Between Demographic Factors And Managers' Organizational Commitment: A

- Field Study”. Management and Economics. *Celal Bayar University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 13(2), 77-96.
- O'Neill, J. (2011). Piyasada Gazetecilik Yapmak. (Çev. N. Türkoğlu) N. Belsey ve R. Chadwick (Ed.), *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar* içinde (ss. 30-50). İstanbul: Ayrıntı.
- Onyx J. ve P. Bullen. (2000). “Measuring Social Capital in Five Communities”. *Journal of Applied Behavioral Science*, 36 (1), 23-42.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2018). OECD Resmi web sitesi. Erişim adresi: <http://www.oecd.org/about/> (Erişim tarihi: 25.02.2018).
- Özbay, C. (2007). *Haberden Yayına Gazetecilik*. İstanbul: DER Yayınları.
- Özbay, F. (2014). Akrabalık ve Komşuluk İlişkileri. Turgut M. ve Feyzioğlu S. (Ed.). *Türkiye Aile Yapısı Araştırması Tespitler, Öneriler* (s. 56-85) içinde. Ankara: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Yayınları.
- Özdemir, A. A. (2007). *Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerine Yapılan Bir Alan Araştırması*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir.
- Özer, Ö. (2012). Yurttaş Gazeteciliği: Ekişehir Örneğinde Bir Araştırma. Ö. Özer (Ed.), *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik* içinde (ss. 23-42). Konya: Literatürk.
- Özgen, M. (2012). “Etik Değerler Açısından Gazeteci Kimdir?”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3, 69-82.
- Öztaş, N. (2007). “Sosyal Sermayenin Ağbağ Kuram(lar)ı: Dayanışmacı ve Aracı Sosyal Sermaye”. *Amme İdaresi Dergisi*, 40 (3), 79-98.
- Öztopçu, A. (2018). “Bölgesel Sosyal Sermaye ve Bölgesel Gelişmişlik Düzeyinin Kalkınma Üzerindeki Etkileri”. *Verimlilik Dergisi*, 3, s. 89-113.
- Öztürk, N. (2005). “İktisadi Kalkınmada Eğitimin Rolü”. *Sosyoekonomi*, 1 (1). ss. 27-44.

- Palabıyık, A. (2011). “Pierre Bourdieu Sosyolojisinde ‘Habitus’, ‘Sermaye’ ve ‘Alan’ Üzerine”. *Liberal Düşünce*, 61-62 (16), 121-141.
- Papacharissi, Z. (2009). The Citizen is the Message: Alternative Modes of Civic Engagement. Z. Papacharissi (Ed.), *Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication* içinde (ss. 29-43). New York: Routledge.
- Park, R. E. ve E. W. Burgess. (1921). *Introduction to Science of Sociology*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Pavlik, J. V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. (Çev. M. Demir ve B. Kalsın) Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Pazarbaşı, B. (2013). Küresl Medya Endüstrisi Odağında Etik Tartışmalar: Magazin Gazeteciliği. Ş. Çağlar (Ed.), *Şövalyelik Mesleği Gazeteciliğin Uzmanlık Alanları* içinde (ss. 273-316). Konya: Literatürk.
- Pelse, M. (2004). “Social Capital in Rural Areas of Latvia within the Context of Public Organizations”. *Studies on the Agricultural and Food Sector in Central and Eastern Europe*, 25, 210-219.
- Pennar, K. ve Mueller, T. (1997). “The Ties That Lead To Prosperity”. *Business Week*, 15 (1), 153-154.
- Polatcan, M. (2019). “Okullarda Sosyal Sermaye Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması”. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 7 (4), 2721-2732.
- Portes, A. (1998). “Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology”. *Annual Review of Sociology*, 24, s. 1-24.
- Portes, A. ve J. Sensenbrenner. (1993). “Embeddedness And Immigration: Notes On The Social Determinants Of Economic Action”. *American journal of sociology*, 98 (6), 1320-1350.
- Postman, N. (2012). *Televizyon Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem*. (Çev. O. Akınhay) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Putnam, R. D. (1995). “Bowling Alone: America's Declining Social Capital”. *Journal of Democracy*, 6 (1), 65-78.

- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival Of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Putnam, R. D., R. Leonardi and R. Y. Nonetti. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Richards, I. (2012). Beyond City Limits: Regional Journalism and Social Capital. *Journalism*, 14 (5), s. 627-642.
- Richards, I., J. Chia ve K. Bowd. (2011). “When Communities Communicate: Rural Media and Social Capital”. *Australian Journalism Review*, 33 (1), 97-106.
- Rivera, W. M. ve M. K. Qamar. (2003). *A New Extension Vision for Food Security*. Rome: FAO.
- Rudin, R. ve T. Ibbotson. (2002). *An Introduction to Journalism: Essential techniques and background knowledge*. Oxford: Focal Press.
- Sağır, A., ve A. Öztürk. (2010). “Sosyal Sermaye Bağlamında Tarihsel Bir Perspektif Kurgusu: Tocqueville ve Amerika’da Demokrasi Üzerine”. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 13-35.
- Sağnak, M. (1996). *Medya-Politik: 1983-1993 Yılları Arasında Medya-Politikacı İlişkileri*. İstanbul : Eti.
- Said, E. W. (2008). *Medyada İslam: Gazeteciler ve Uzmanlar Dünyaya Bakışımızı Nasıl Belirliyor?*. (Çev. A. Babacan) İstanbul: Metis.
- Saltık, R. (2018). “Sosyal Sermaye ve Armağan Ekonomisi Üzerinden Sosyal Medya ve Stalk Olgusu: Instagram Üzerinden Bir İnceleme”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (30), 345-363.
- Sampson, R. J., S. W. Raudenbush ve F. Earls. (1997). “Neighborhoods And Violent Crime: A Multilevel Study Of Collective Efficacy”. *Science*, 277 (5328), 918-924.
- Schiff, M. (1992). “Social Capital, Labor Mobility, And Welfare: The Impact Of Uniting States”. *Rationality and Society*, 4 (2), 157-175.
- Schiller, H. (1993). *Zihin Yönlendirenler*. (Çev. C. Cerit) İstanbul: Pınar Yayınları.

- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York: W.W. Norton.
- Schumacker, E. R. ve R. G. Lomax. (2015). *A Beginner Guide to Structural Equation Modeling* (4th Edition). New York and London: Routledge.
- Scrivens, K. ve C. Smith (2013), "Four Interpretations of Social Capital: An Agenda for Measurement", OECD Statistics Working Papers, No. 2013/06, Paris: OECD Publishing.
- Sennett, R. (2016). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. (Çev. A. Yılmaz ve S. Durak) İstanbul: Ayrıntı.
- Seyyar, A. (2004). *Davranış Bilimleri Terimleri (Ansiklopedik Sözlük)*. İstanbul: Beta.
- Shoemaker, P. (2006). "News and Newsworthiness: A Commentary". *The European Journal of Communication Research*, 31 (1), 105-111.
- Siapera, E., and L. P. Spyridou. (2012). The Field of Online Journalism: A Bourdieusian Analysis. E. Siapera and A. Veglis (Ed.), *The Handbook of Global Online Journalism* içinde (ss. 77-99). West Sussex : Wiley-Blackwell .
- Simmel, G. (2009). *Bireysellik ve Kültür*. (Çev. T. Birkan) İstanbul: Metis Yayınları.
- Simmons, C. (2008). Reporting Celebrity. J. Chapman ve M. Kinsey (Ed.), *Broadcast Journalism: A Critical Introduction* içinde (ss. 182-190). Taylor & Francis e-Library.
- Stevens, D., D. Alger, B. Allen ve J. L. Sullivan. (2006). "Local News Coverage in a Social Capital: Election 2000 on Minnesota's Local News Stations". *Political Communication*, 23, 61-83.
- Sum, S., M. R. Mathews, M. Pourghasem ve I. Hughes. (2008). "Internet Technology and Social Capital: How The Internet Affects Seniors' Social Capital And Wellbeing". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (1), 202–220.
- Sümer, N. (2000). "Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar". *Türk Psikoloji Yazıları*, 3, 49-74.
- Şan, M. K. (2007). "Bilgi Topluma Geçişte Sosyal Sermayenin Önemi ve Türkiye Gerçeği". *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 2 (1), 70-95.

- Şan, M. K. ve H. Akyiğit. (2015). “Sosyal Sermaye Tartışmaları ve Türkiye’de Sosyal Sermayenin Ölçülmesi Sorunu”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (34), 123-134.
- Şan, M. K. ve R. Şimşek. (2011). “Sosyal Sermaye Kavramının Tarihsel-Sosyolojik Arkapları”. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6 (1), 88-110.
- Şenkal, A. (2008). “Sosyal Sermaye ve Bölgesel Kalkınma İlişkisi: Max Weber'in Perspektifinden Bir Değerlendirme”. “İş,Güç” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 10 (1), 118-143.
- Şensoy, N., ve A. A. Karadağ. (2012). “Sosyal Etkileşimin Komşuluk Düzeyinde Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma: Ankara TOKİ Atakent Sitesi Örneği”. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2 (6), 279-289.
- Tabachnick, B.G. ve L. S. Fidell. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th Edition). Boston: Pearson.
- Talmud, I. (1999). Corporate Social Capital and Liability: a Conditional Approach to Three Consequences of Corporate Social Structure. R. T. Leenders and S. M. Gabbay (Ed), *Corporate Social Capital and Liability* içinde (ss. 106-117). New York: Springer.
- Temple, J. (2000). “Growth Effects of Education and Social Capital in the OECD Countries”. *OECD Economics Department Working Papers*, No. 263.
- The Economic Commission for Latin America (CEPAL). (2018). CEPAL Resmi web sitesi. Erişim adresi: <https://www.cepal.org/en/mandato-y-mision> (Erişim tarihi: 22.02.2018).
- Thomas, C. (1996). “Capital Markets, Financial Markets And Social Capital (An Essay on Economic Theory and Economic Ideas)”. *Social and Economic Studies*, 45(2/3), 1-23.
- Tocqueville, A. (2000). *Democracy in America*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Tokgöz, O. (2008). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.

- Toprak, E. ve H. Bozgeyikli. (2011). “Öğretmen Adaylarının Sosyal Sermaye Düzeylerinin Karşılaştırmalı İncelenmesi (Erciyes Üniversitesi Örneği)”. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (31), 125-147.
- Toruk, İ. (2008). *Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik*. İstanbul: Literatürk.
- Tönnies, F. (2001). *Community and Civil Society*. (Çev.. J. Harris and M. Hollis) Cambridge: Cambridge University Press.
- Töremen, F. (2002). “Okullarda Sosyal Sermaye: Kavramsal Bir Çözümleme”. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 31, 557-573.
- Triandis, H. C. (1996). “The Psychological Measurement Of Cultural Syndromes. *American Psychologist*”. 51 (4), 407-415.
- Tufan-Tanrıöver, H. (2000). “Medya Sektöründe Kadın İşgücü”. *Toplum*, 86, 171-193.
- Tumay, M., ve Okatan, F. (2015). “Alexis De Tocqueville'e Göre Sivil Toplum”. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 19 (3), 321-339.
- Tüfekçioğlu, H. (1993). *Sosyolojik Açıdan Gazete ve Osmanlı Gazeteciliğinin Temellendirilmesi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sosyoloji Bölümü Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2017). Türk Dil Kurumu Web Sitesi, Erişim adresi: <http://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 14.07.2017).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (TÜİK). (2018). *2015 Ekonomik Faaliyete Göre İstihdam ve Personel Maliyeti* [Radyo ve Televizyon Kurumları İstatistikleri]. Erişim adresi: http://tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=410 (Erişim Tarihi: 21.12.2018)
- Türkoğlu, N. (2015). *Toplumsal İletişim*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Tüysüz, N. (2011). *Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi ve Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması*. Ankara: Kalkınma Bakanlığı.
- Uçar, M. E. ve Ü. Morsünbül. (2018). “Yatay Dikey Bireycilik/Toplulukçuluk Sosyal Sermaye Arasındaki İlişkiler”. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9 (16), 794-822.

- Uçar, M. E., B. Konal, R. Gündoğdu ve Ü. Morsünbül. (2018). “Kadın ve Erkeklerde Benlik Kurguları ve Sosyal Sermaye Arasındaki İlişkiler”. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (2), 1-19.
- Uzun, R. (2011). *İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Valentinov, V., T. Matsibora, ve M. Malik. (2004). The Effects of Social Capital on the Organization of Agricultural Enterprises and Rural Communities in Transition: The Case of Ukraine. M. Petrick ve P. Weingarten (Ed.), *The Role of Agriculture in Central and Eastern European Rural Development: Engine of Change or Social Buffer?* içinde (ss. 269-284). Halle: Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe (IAMO).
- Van Der Haak, B., M. Parks and M. Castells. (2012). “The Future of Journalism: Networked Journalism”. *International Journal of Communication* (6), 2923–2938.
- Van Emmeric, I. (2006). “Gender Differences in The Creation of Different Types of Social Capital: A Multilevel Study”. *Social Networks*, 28, s. 24-37.
- Wallack, L. (2000). The Role of Mass Media in Creating Social Capital: A New Direction for Public Health. B. Smedley ve S. Syme (Ed), *Promoting Health: Intervention Strategies from Social and Behavioral Research* (s. 337-365) içinde. Washington D.C: National Academy Press.
- Washburn, R., ve V. Raynauld. (2016). Journalism on the Ground in Rural Ontario. M. Gasher, C. Brin, C. Crowther, G. King, E. Salamon ve S. Thibault (Ed.), *Journalism in Crisis : Bridging Theory and Practice for Democratic Media Strategies in Canada* (ss. 226-249) içinde. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press.
- Wayne, P. (1996). “The Media as Civil Society and Its Role in Democratic Transition in Kenya”. *Africa Media Review*, 10 (3), 1-20.
- Weber, M. (1946). *Essays in Sociology*. (Çev. H. Gerth ve C. Mills) New York: Oxford University Press.

- Weber, M. (1995). *Toplumsal ve Ekonomik Örgütlenme Kuramı*. (Çev. Ö. Ozankaya) Ankara: İmge Kitabevi.
- Weber, M. (2008). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* (2. baskı.). (Çev. Z. Gürata) Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Wellman, B., A. Q. Haase, J. Witte ve K. Hampton. (2001). “Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital?”. *American Behavioral Scientist*, 45 (3), 437-456.
- Wellman, B., ve K. Frank. (2001). Network Capital in a Multi-Level World: Getting Support from Personal Communities. N. Lin, K. Cook and R. Burt (Ed.), *Social Capital: Theory and Research* içinde (ss. 233-273). New York: Routledge.
- White, A. (2008). *To Tell You Truth: The Ethical Journalism Initiative*. Brussels: International Federation of Journalists.
- White, T. (2005). *Broadcast News Writing, Reporting, and Producing* (Fourth Edition). Oxford: Focal Press.
- Whiteley, P. F. (2000). “Economic Growth and Social Capital”. *Political Studies*, 48 (3), 443-466.
- Wilkinson, R. G. (2002). *Unhealthy Societies: The Afflictions of Inequality*. London and New York: Routledge.
- Wilson, D. (2008). Paying The Piper: Funding Broadcast News. J. Chapman ve M. Kinsey (Ed.). *Broadcast Journalism: A critical introduction* içinde (s. 17-27). Taylor & Francis e-Library.
- Woolcock, M. (1998). “Social Capital And Economic Development: Toward A Theoretical Synthesis And Policy Framework”. *Theory and Society*, 27 (2), 151-208.
- Woolcock, M. (2001). “The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes”. *Canadian Journal of Policy Research* (2), 1-35.
- Woolcock, M. (2010). The Rise and Routinization of Social Capital, 1988–2008. *Annual Review of Political Science* (13), 469-487.

- Worldbank (WB). (2018). Worldbank Resmi Web Sitesi, Erişim Adresi: http://www.worldbank.org/en/news/feature/2013/04/17/ending_extreme_poverty_and_promoting_shared_prosperity (Erişim Tarihi: 25.02.2018).
- WorldBank. (2001). *World Development Report 2000/2001*. New York: Oxford University Press.
- Yang, L. (2016). *News Sources of Citizen Journalists: How Does Social Capital Influence Citizen Journalists in China and United States*. The University of Alabama Department of Journalism. Unpublished Doctoral Dissertation. Alabama.
- Yarcı, S. (2011). “Pierre Bourdieu’da Sosyal Sermaye Kavramı”. *Akademik İncelemeler Dergisi (AID)*, 6 (1), 125-135.
- Yay, S. (2018). “Yeni Kurumsal İktisat Perspektifinden Sosyal Sermaye”. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (1), 1-11.
- Yaylagül, L. (2013). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yetim, N. (2002). “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2 (2), 72-92.
- Yıldız, D. ve E. Uzunsakal. (2018). “Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama”. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), s. 14-28.
- Yıldız, G., ve H. Öngören. (2013). *Dünyada ve Türkiye’de Ekonominin Nabzını Tutmak: Ekonomi Gazeteciliği*. Ş. Çağlar (Ed.), *Şövalyelik Mesleği Gazeteciliğin Uzmanlık Alanları* içinde (ss. 141-169). Konya: Literatürk.
- Yıldız, M. (2017). “İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Sosyal Sermaye”. *The Journal of Social Science*, 2 (1), 71-82.
- Yılmaz, V. (2004). “Lisrel İle Yapısal Eşitlik Modelleri: Tüketici Şikâyetlerine Uygulanması”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (1), 77-90.
- Yılmaz, Y. (2015). *Türkiye’de Gazetecilik Mesleği*. Ankara: Nobel.

Yiyit, T. (2017). “Sosyal Sermaye Kavramına Türkiye'deki Örgütsel Davranış Çalışmaları Açısından Bir Bakış”. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (2), 1499-1520.

Yli-Renko, H., E. Autio ve V. Tontti. (2002). Social capital, knowledge, and the international growth of technology-based new firms. *International business review*, 11(3), 279-304

Yücedoğan, G. (1998). *Türkiye ve Fransa'da Gazeteci Kimliği Sorunu*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.



TOPLUMSAL DAYANIŞMA AĞLARININ GAZETECİLİKTE KULLANIMI: SOSYAL SERMAYENİN KAMUSAL HABERCİLİKTEKİ ROLÜNÜN İNCELENMESİ

ORIJINALLIK RAPORU

% 10	% 8	% 3	% 7
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	% 1
2	m.friendfeed-media.com İnternet Kaynağı	% 1
3	Submitted to Canakkale Onsekiz Mart University Öğrenci Ödevi	<% 1
4	kesitakademi.com İnternet Kaynağı	<% 1
5	openaccess.hacettepe.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
6	issuu.com İnternet Kaynağı	<% 1
7	Submitted to Beykent Universitesi Öğrenci Ödevi	<% 1
8	Submitted to Hacettepe University Öğrenci Ödevi	<% 1

ÖZ GEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı, Soyadı: Ahmet BİÇER

Uyruğu: Türkiye (TC)

Doğum Tarihi ve Yeri: 14 Eylül 1987, Ankara

Medeni Durum: Bekâr

Email: ahmetbicer@erciyes.edu.tr / ahmetbicerr@gmail.com

Yazışma Adresi: Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi,
Yenidoğan Mahallesi Ahmet El Biruni Caddesi, 38280 Talas/KAYSERİ

EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Tarihi
Yüksek Lisans	ERÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü	2012
Lisans	ERÜ İletişim Fakültesi	2010
Lise	Ankara Kurtuluş Lisesi	2004

İŞ DENEYİMİ

Yıl	Kurum	Görev
2013-Halen	ERÜ İletişim Fakültesi	Araştırma Görevlisi

YABANCI DİL

İngilizce.

YAYINLAR

- Çakır, H. ve Biçer, A. “Türkiye Yerel Seçimlerinde Seçmen Tercihlerini Etkileyen Kriterler: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Kayseri Örneği”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(1), ss. 98-112, 2015
- Koçer, M. ve Biçer, A. *Job Satisfaction and Organizational Commitment of Media Professionals: The Case of Kayseri*, Arslan, H., İçbay, M. A.ve Tomescu, M. (Ed.), Communication and Digital Media ss.195-205 içinde, Bialystok: E-BWN, 2017
- Şahin, M. ve Biçer, A. *Modernity Construction in the Cumhuriyet Newspaper: 1950 Beauty Competition*, II. International Dmitri Yavoronitski European Congress on Social Sciences, Congress Proceedings Book ss.89-91 içinde. Kiev, Ukrayna, 26-29 April 2018