

Bilişim Çağında Sosyal Sermayenin Yeni Belirleyicileri: Dijital Uçurum ve Sosyal Medya Okuryazarlığı*

Geliş Tarihi: 19.03.2017

Kabul Ediliş Tarihi: 17.08.2017

Osman Yılmaz KARTAL¹, Akan Deniz YAZGAN²,
Remzi Y. KINCAL³

ÖZ

Araştırmada, öğretmen adaylarının sosyal sermaye düzeylerinde, dijital uçurumun ve sosyal medya okuryazarlığının anlamlı birer belirleyici olup olmadıkları incelenmektedir. Çalışma, nicel araştırma yöntemlerinden nedensel karşılaştırma araştırmasıdır. Çalışmada veri toplama aşamasında dijital uçurum ölçme aracı, sosyal medya okuryazarlığı ölçme aracı ve sosyal sermaye ölçme aracı kullanılmıştır. Sosyal sermayenin dijital uçurum ve sosyal medya okuryazarlığına göre yordanmasında sıralı (ordinal) lojistik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, sosyal sermayenin belirleyicileri olarak dijital uçurum ve sosyal medya okuryazarlığının etkili olma potansiyeli taşımaktadır. Fakat bu değişkenlerinin, bölgeden bölgeye farklılık gösterdiği anlaşılmıştır. Bununla birlikte, sosyal sermaye gibi grup dinamiklerinden doğrudan etkilenen bir olguyu etkileyen faktörleri genellemenin mümkün olamayacağı görülmektedir. Dolayısıyla, sosyal sermayeyi etkileyen faktörlerin, her gruba özgü çalışmalarla incelenmesi, değişim ve dönüşümlerinin takip edilmesi önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: dijital uçurum, sosyal medya okuryazarlığı, sosyal sermaye.

New Determinants of Social Capital in Digital Age: Digital Divide and Social Media Literacy

ABSTRACT

In this research, it is investigated whether the digital divide and social media literacy are significant determinants in the social capital levels of prospective teachers. This is a causal comparison study which is one of the quantitative research methods. In the study, as data collection tools, digital divide measurement tool, social media literacy measurement tool and social capital measurement tool were used. Ordinal logistic regression analysis was performed in the prediction of social capital according to digital divide and social media literacy. As a conclusion, the digital divide and social media literacy are potentially influential as determinants of social capital. However, it is understood that these variables vary from region to region. Moreover, it seems that it is not possible to generalize factors that affect a phenomenon directly affected by group dynamics, such as social capital. Therefore, it is recommended to research the factors affecting social capital with each group specific studies, follow up the changes.

* Bu çalışma 21-24.04.2016 tarihinde gerçekleştirilen 25. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuş, özet metin olarak yayınlanmıştır.

¹ Yrd. Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, e-posta: oykartal@yahoo.com

² Yrd. Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, e-posta: akandeniz@hotmail.com

³ Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, e-posta: rkincal@atauni.edu.tr

Keywords: digital divide, social media literacy, social capital.

GİRİŞ

Üyelerinin kendini gerçekleştirme düzeyinin yüksek olduğu toplumların temel niteliklerinden birisi sosyal sermaye düzeylerinin yüksek olmasıdır. Yerel, bölgesel, ulusal ya da küresel düzeyde, hem gerçek hem de sanal platformlarda, bireylerin ait oldukları gruplara ilişkin iletişim ve güven düzeyinin kalitesi sağlıklı toplumsal yaşam göstergesi olarak yorumlanmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermaye, tarım, sanayi, bilgi, bilişim toplumu olarak nitelendirilebilecek toplum türlerinde güçlü kılınması gereken temel bir dinamiktir. Bu çerçevede, sosyal sermayeyi güçlü kılan bileşenlerin neler olduğu sorusu karşımıza çıkmaktadır. Özellikle 21. yüzyılın ilk çeyreğine damga vuran, teknoloji temelli toplum yaşamında etkisini hissettiren ve dikkat çeken değişkenler “dijital uçurum” ve “sosyal medya okuryazarlığı” değişkenleridir. Çalışmada sosyal sermaye üzerinde, dijital uçurumun ve sosyal medya okuryazarlığının anlamlı birer belirleyici olup olmadıkları incelenmektedir.

Sosyal Sermaye

Geber vd. (2016) sosyal sermayeyi, bireysel ve toplumsal olmak üzere iki boyutlu bir kavram olarak ele almışlardır. Bireysel düzlemde sosyal sermaye, kişilerarası bir kaynak; toplumsal düzlemde ise bir ulusun refahı olarak görülmektedir. Glainville vd. (2016) sosyal sermayenin grup, topluluk, cemaat ve hatta ulus düzeyine kadar belirebileceğinin altını çizmiştir. Sosyal sermaye düzeyleri yüksek ülkelerin ve toplumların daha sağlıklı, politika bilgisi yüksek ve vatandaşlık bağı sağlam bireylere, daha düşük intihar oranlarına, daha etkili yönetimlere, daha fazla ekonomik refaha sahip olma; yoksulluğu azaltma ve vatandaşları için daha iyi eğitimsel çıktılar üretme eğiliminde oldukları bilinmektedir (Geber vd., 2016; Larm vd., 2016; Moore ve Recker, 2016, Seid, Hesse ve Bloomfield, 2016). Field (2006) ise, en genel ifadeyle ne kadar çok insan tanıyor ve onlarla ne kadar çok uzlaşma zemininde bir hayat görüşü paylaşıyorsak, sosyal sermaye açısından da o kadar zengin olduğumuzu vurgulamıştır.

Sosyal sermaye, son yıllarda farklı disiplinlerde araştırmalara konu edilmektedir (Dodd vd., 2015; Moore ve Recker, 2016). Farklı disiplinlere konu edilmesi kavramın önemine dikkat çektiği kadar, kavramsallaştırmadaki farklılıklarda dikkat çekmektedir. Sosyal sermaye alanyazını incelendiğinde kavramın tanımındaki muğlaklık göze çarpmaktadır (Fine, 2010; Kangal, 2013; Moore ve Recker, 2016; Özcan, 2011). Benzer olarak, alanyazında neyin sosyal sermayenin kaynakları ya da belirleyicileri olarak görülebileceği konusunda da yoğun tartışmalar bulunmaktadır (Hooghe ve Stolle, 2003). Literatürde, sosyal sermayeye Bourdieu, Coleman, Putnam, Lin ve Fukuyama gibi kuramcılarının farklı açılardan yaklaştıkları görülmektedir. Bu çalışmada, Putnam (1996) tarafından ortaya konulan sosyal sermaye yaklaşımı temele alınmıştır. Putnam (1993), sosyal sermayeyi geleneksel sermayeden ayıran en belirgin özelliğinin, kamu yararına olması şeklinde ifade etmektedir. Putnam’a (1996) göre; sosyal bağlar bireyleri işbirliğine yöneltmekte ve ortak amaçların peşinde ortak hareket

etmelerini olanaklı hale getiren, sivil toplumu destekleyen güven ve karşılıklılığa dayalı normların oluşmasına yol açmaktadır. Kişisel ağlar genişledikçe güven ve karşılıklılık duyguları da genişlemekte ve kollektif eylemin daha geniş biçimlerini olanaklı hale getirmektedir (Bouchillon ve Gotlieb, 2016). Benzer olarak yüksek sivil katılım yüksek sosyal sermayeyi beraberinde getirmektedir (Svendsen ve Sorensen, 2006). Sosyal sermaye, formal olduğu kadar, informal yapılar şeklinde de oluşmaktadır (Putnam ve Goss, 2002).

Sosyal sermaye, aktif vatandaşlığın sonucu olan, yerleşik norm ve ilkelere dayalı olarak açıklanan sosyal ağlara yapılan bir göndermedir (Coalter, 2007). Sosyal ilişkiler kurma ve sürdürme yeteneği, sosyal sermayenin oluşumunda yaşamsal bir önkoşul kabul edilmektedir (Lin, 1999). Sosyal sermayenin temel öğeleri arasında yer alan güven, karşılıklılık normları, yurttaş katılımı ve yurttaşlık bilinci düzeyinin artırılması ve beraberinde toplumsal bir kaynak olarak sosyal sermaye birikiminin sağlanması işbirliğine dayalı eylemleri kolaylaştırırken, toplumun geneline dair sorunlara çözümler üretilmesinde de etkilidir (Devamoğlu, 2008). Benzer açıdan, öğretmen sorumluluklarına eklenmiş sosyal sermayenin, uygulamalarda değişim, öğretmen öğrenmesine katkı, mesleki bilgi paylaşımı, öğrenci öğrenmesine adanmışlık ve öğrenci başarısının geliştirilmesi boyutlarıyla, araştırmacıların güncel araştırma konularından olduğu ifade edilmektedir (Bridwell-Mitchell ve Cooc, 2016).

Dijital Uçurum/Bölünme

Farklı ülkeler arasında teknoloji kullanımı, teknolojiye erişim, teknolojiye ilişkin ekonomik denge ve hükümet destekleri arasındaki farklılıkları tanımlayan bir dijital bölünme sözkonusudur (Pick ve Nishida 2015). Dijital bölünme bilgisayar, internet ve cep telefonu gibi dijital araç ve servislerdeki kullanım ve sahiplik açısından beliren eşitsizlikleri ifade etmek için kullanılan bir terimdir (Park, Choi ve Hong, 2015). Toplumdaki dijital bölünme sosyal eşitsizliğin yeni bir türüdür (Zillien ve Hargittai, 2009) ve ekonomik yönü ile birlikte bu sosyal eşitsizlikleri daha da derinleştirmektedir (Park, Choi ve Hong, 2015). Bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımındaki dijital bölünme, sosyal uyumun sağlanmasındaki en önemli engellerden biridir (Park, Choi ve Hong, 2015). Bununla birlikte, bilgi ve iletişim teknolojilerine yüksek düzeyde erişime sahip olmak Birleşmiş Milletler ve diğer gözlemcilerce temel bir insan hakkı (UN, 2012) olarak görülmektedir.

Dijital bölünme, dijitalleşmenin erken dönemlerinde sahiplik ve alım gücü bakımından altyapı ve erişim konularını merkeze almıştır. Daha sonra ise bu odak noktası altyapısal ve teknolojik temelliden, bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) hizmetlerini kullanım ve üyelik bakımından kullanıcı temelliye doğru yer değiştirmiştir (Eastin, Cicchirillo ve Mabry, 2015; Park, Choi ve Hong, 2015; Pearce ve Rice, 2013). Ayrıca, Amerika'da internet kullanım oranlarının %87'ye kadar tırmanmasıyla birlikte, dijital bölünmenin sürekliliği, bir başka ifadeyle farklı demografik gruplar arasında teknolojiye erişimdeki eşitsizlikler hakkındaki tartışma devam etmektedir (Gonzales, 2016). Pick, Sarkar ve Johnson (2015), teknoloji kullanımının önemli belirleyicileri arasında ilk sırayı sosyal sermayenin

aldığının altını çizmiştir. Teknoloji kullanımının ve sahipliğinin en anlamlı belirleyicileri ise üniversite eğitimi, yeniliklere açıklık, yargı bağımsızlığı ve yabancı yatırımlar olarak bulunmuştur (Pick ve Nishida, 2015). Eastin, Cicchirillo ve Mabry (2015) dijital bölünmeden dolayı ırksal azınlıkların, yerel toplulukların ve düşük sosyoekonomik gelir düzeyine sahip bireylerin, internet erişiminde karşılaştıkları adil olmayan şartlardan dolayı risk altında olduklarını öne sürmektedir.

Dijital bölünmenin farklı boyutları olduğu ifade edilmektedir (Cruz-Jesus vd., 2016; Cuervo ve Menendez, 2005; Erdiaw-Kwasie ve Alam, 2016; Friemel, 2016; Gürcan, 2015; Hargittai & Hinnant, 2008; Puga vd., 2009). Dewan ve Riggins de (2005) dijital bölünmenin bireysel, kurumsal ve küresel olmak üzere üç düzeyde incelebileceğinin altını çizmiştir. Bu yaklaşıma göre; bireysel düzeyde, bilgi ve iletişim teknolojilerini günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline getirenler ile teknolojik, sosyolojik ve ekonomik dezavantajları nedeniyle bunlara erişim imkânından yoksun olanlar arasında; kurumsal seviyede, bazı kurumların bilgi ve iletişim teknolojilerindeki son değişimleri takip ederek sistemli bir şekilde kullananlar ve kullanamayanlar arasında; küresel düzeyde ise, bazı ülkelerin bilgi ve iletişim teknolojilerine yoğun yatırım yaparken ve bu teknolojilerin bireysel ve kurumsal olarak benimsenmesini teşvik edecek politikalar uygularken, bu yatırımları yeterince yapamayan ülkeler arasında olduğunun altını çizmiştir. Eğitimsel açıdan bakıldığında da, dijital bölünmenin farklı değişimlere neden olduğu görülmektedir. Eğitim kurumları, gündelik yaşamda her an bilgisayar, mp3 çalar, akıllı telefon kullanan, yeni teknolojilerin sürekli geliştiği bir çevrede doğan ve büyüyen ve “dijital yerli” olarak ifade edilen bir nesille karşı karşıyadır. Bunun yanında, çok sayıda öğrenci bu yeni teknolojik araçlara ulaşamazken, diğer bir öğrenci popülasyonun rahatlıkla bunlara ulaştığı söylenebilmektedir. Bu ise dolaylı ya da doğrudan yollardan bölge, etnisite ve cinsiyete dayalı eşitsizliklerin daha açık olarak görülmesini sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, eğitim politikalarının bu tür bir bölünmeyi azaltmaya yönelik çabaları desteklemesi gerektiği söylenebilir.

Sosyal Medya Okuryazarlığı

2010’lu yıllarda kitle medyasının, sosyal medyaya doğru evriminden (Livingstone, 2015) bahsedilmektedir. Bu süreçte, yeni medyanın gelişimiyle birlikte ortaya çıkan Web2.0 teknolojileri, yeni medya uygulamalarının en popülerleri olan sosyal medyanın doğmasına yol açmıştır. Gunelius’un (2011) ifadesiyle, sosyal medya en basit tanımıyla; Web2.0 teknolojilerinin kullanıldığı iletişim ortamlarıdır. Konuşmalar, bağlantılar ve katılımlardan kaynaklanan Web2.0 durakları, iletişim araçları, siteleri ve çevrimiçi yayınlar olarak da tanımlanır. Geleneksel medya siteleriyle sosyal medya siteleri arasındaki en önemli fark sosyal medya sitelerinde içeriğin neredeyse tamamının kullanıcılar tarafından oluşturulmasıdır. Bu sebeple sosyal medya ağlarındaki medya içeriği sosyal ağdaki kullanıcıların sayısı oranında büyüyen bir yapıya sahiptir ve içerik miktarı geleneksel medyaya oranla daha fazladır (Bostancı, 2010).

Kısa sayılabilecek geçmişlerine rağmen sosyal medya araçlarının iletişim, sosyoloji, eğitim ve siyaset bilimleri gibi birçok farklı disiplinde etkili değişimlere öncülük edebilecek önemli bir aktör haline geldiği söylenebilir. Mihailidis (2011)'in ifadesiyle, “sosyal medya platformları ve cep telefonları aracılığıyla gerçekleşen kitlesel girişimler” olarak tanımlanabilen sivil hareketler, 21. yüzyılda vatandaşlık, toplum ve katılım hakkında düşündüklerimizi aktif bir biçimde yeniden şekillendirmektedir.

Preeti (2009)'a göre, sosyal ağ kavramı; ortak bir amaç doğrultusunda, kişilerin internet üzerinden düşüncelerini paylaşmalarını ve birbirleriyle etkileşime girmelerini kolaylaştıran bir topluluk oluşumunu işaret etmektedir. İfade edilen sosyal ağ altyapısı ile, geleneksel medyada kendine yer bulamayan alımlayıcılar, kendilerini ifade edebilecekleri güçlü erişim platformlarına sahip olmuşlardır (Cottle 2011). Sosyal medya kullanıcıları artık içeriğe ulaşırken pasif, güçsüz ve savunmasız bir konumda değillerdir; günümüz medya ortamlarında, içeriğin yaratılması ve dağıtımına daha aktif olarak katılmakta ve bu alanlar üzerinde kontrol sağlayacak uygulamalar gerçekleştirmektedirler (Van Dijk 2013).

Sosyal medyanın bireylere olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bir taraftan sosyal medya hem bir bilgi kaynağı hem de sosyalleşme ve iletişim için önemli mekanizmalara işaret ederken; diğer taraftan sosyal medya kullanımıyla bağlantılı siber zorbalık, dijital şiddet, özel alan ihlalleri, ticari riskler gibi henüz tam olarak keşfedilmemiş risklerin de varlığından bahsedilmektedir (Donoso ve Verdoodt, 2014). Bu çerçevede kullanıcıların sosyal medya karşısında donanımlı olmaları gerekmektedir. Yeni medya ve özellikle sosyal medyanın karmaşık ve değişken doğası, toplumdan yeni bilgi ve beceriler talep etmektedir. Özellikle sosyal medya ortamlarında eleştirel davranabilmek belki de birçok bireyin henüz sahip olmadığı bir dizi farkındalık ve bilgiye de sahip olmayı bir önkoşul haline getirmektedir.

Amaç

Araştırmada, öğretmen adaylarının sosyal sermaye düzeylerinde, dijital uçurumun ve sosyal medya okuryazarlığının anlamlı birer belirleyici olup olmadıkları incelenmektedir.

YÖNTEM

Araştırma Deseni

Çalışma, nicel araştırma yöntemlerinden nedensel karşılaştırma araştırmasıdır. Nedensel karşılaştırma araştırmaları, ortaya çıkmış/var olan bir durumun ya da olayın nedenlerini etkileyen değişkenleri ya da bir etkinin sonuçlarını belirlemeye yönelik bir araştırma türüdür.

Evren ve Örneklem

Nedensel karşılaştırma araştırmalarında çalışmaya dahil olan grubun bağımlı değişkene yönelik gruplara ayrılması gerekmektedir. Bu çerçevede araştırmaya sosyal sermaye düzeyi farklılaşan öğretmen adayları dahil olmaktadır. Araştırma Çanakkale ve Erzurum olmak üzere iki farklı ildeki üniversitelerde gerçekleştirilmiştir. Çanakkale ve Erzurum illerinin diğer iller içinden seçilme nedeni, birbirinden farklı sosyal ve kültürel arkaplanlarının olmasıdır. Böylece

sosyal sermayeye yönelik farklı evrenlerden karşılaştırma yapma imkanı oluşturulmuştur. Araştırma evrenlerini Çanakkale için Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (ÇOMÜ) Eğitim Fakültesi öğretmen adayları, Erzurum için Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi öğretmen adayları oluşturmaktadır. Her iki araştırma evrenini temsilen kümeleme örnekleme ile anabilim dalları belirlenmiş, sonra tabakalı örnekleme ile 1 ve 4. sınıflardan random/tesadüfi olarak katılımcılar araştırmaya dahil edilmiştir. Çalışmaya, Çanakkale'den 454 öğretmen adayı, Erzurum'dan 468 öğretmen adayı dahil olmuştur. Örneklem büyüklüklerinin birbirine yakın olduğu görülmektedir. Katılımcıların cinsiyete göre dağılım oranlarının her iki üniversitede de benzer olduğu, kadın katılımcıların yüzde 71-72 arasında, erkek katılımcıların yüzde 28-29 arasında olduğu görülmektedir. Çalışmada, farklı anabilim dallarından (Müzik Eğitimi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık, Sınıf Eğitimi, Türkçe Eğitimi, Okul Öncesi Eğitimi, Fen Bilgisi Eğitimi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi, İngilizce Dili Eğitimi) öğretmen adayları araştırmaya dahil olmuştur.

Veri Toplama Araçları

Çalışmada veri toplama aşamasında dijital uçurum ölçme aracı, sosyal medya okuryazarlığı ölçme aracı ve sosyal sermaye ölçme aracı kullanılmıştır.

Dijital Uçurum Ölçme Aracı

Dijital uçurum, katılımcıların masaüstü bilgisayar, dizüstü bilgisayar, tablet PC ve akıllı telefona sahip olma durumları, internet erişimlerinin olma durumları, facebook ve twitter hesapları olma durumları, bu hesapları kullanma sıklığı ve bu hesaplara hangi teknolojik aletle erişim yapma durumuna göre belirlenmektedir. Yukarıdaki durumları ölçecek kapalı uçlu sorular ile katılımcılardan cevap alınmıştır.

Sosyal Medya Okuryazarlığı Ölçme Aracı

Sosyal medya okuryazarlık düzeylerini ölçmek için, araştırmacılar tarafından hazırlanan ölçme aracı kullanılmıştır. Sosyal medya okuryazarlığı Web2.0 teknolojilerinden facebook ve twitter üzerinden yorumlanmıştır. Ayrıca, bu teknolojileri kullanma durumuna göre **aktif tüketici ve aktif üretici** boyutlarında değerlendirmeler yapılmıştır. Ölçme aracının temel davranışların gerçekleştirilme düzeyini sınıması nedeni ile facebook ve twitter kullanıma ilişkin her bir sosyal medya okuryazarlığı boyutu birer soru ile incelenmiştir. Ölçme aracının maddeleri medya okuryazarlığı alanında çalışmaları olan uzmanlar tarafından değerlendirilmiş ve kapsam geçerliği sağlanmıştır. Ölçme aracında sosyal medya okuryazarlığına yönelik aktif tüketim ve aktif üretim boyutları aşağıdaki tanımlamaları ile değerlendirilmektedir.

- **Aktif Tüketim:** Sosyal medyada erişilen içerikleri sorgulama süzgecinden geçirerek paylaşma durumunu ifade etmektedir. Bilinçli tüketime gönderme yapmaktadır. Eğlence, politik ve genel kültür içeriklerine göre 3 boyut altında incelenmiştir. Aktif tüketim sergilemeyen birey pasif tüketicidir. Pasif tüketim içeriklerin sorgulanmadan doğrudan paylaşılmasıdır. Sosyal medya hesabı olmayan birey tüketici de değildir.
- **Aktif Üretim:** Sosyal medya içeriklerine medya okuryazarlığı perspektifinden yaklaşarak kendi medya mesajını üretme arayışıdır. **Erişim,**

analiz, değerlendirme, üretme basamaklarından oluşur. Her bir basamakta pasif ve aktif olma durumu söz konusudur. Erişim basamağı, sosyal medya içeriklerinde, yasaklı siteler de olsa, ihtiyacı olduğu bilgiye erişebilmez. Analiz basamağı, ulaştığı sosyal medya içeriklerinde kirliliği ve hijyen bilgisini ayırtedebilme, örtük içerikleri farkedebilmez. Değerlendirme basamağı, analiz edilen içerikleri, kendi değerler mekanizmasına göre ölçüt oluşturarak değerlendirmez. Üretim basamağı, değerlendirme basamağında oluşturduğu sentezi, başkalarını etkilemek için sosyal medya araçlarında iletmez.

Sosyal Sermaye Ölçme Aracı

Sosyal sermaye düzeyini ölçme için Onyx ve Bullen (2000) tarafından geliştirilen ve Ardahan (2012) tarafından Türkçeleştirilen Sosyal Sermaye Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin öğretmen adayları üzerinde kullanılacak olması nedeniyle, kapsam geçerliği dikkate alarak bazı maddeler üzerinde güncellemeler gerçekleştirilmiştir; ardından yapı geçerliği test edilerek ölçeğin geçerliği sağlanmıştır. Ölçeğin toplam puanına göre sosyal sermaye düzeyleri çok düşük, düşük, yüksek, çok yüksek olarak yorumlanmaktadır. Ölçeğin güvenilirlik analizi sonucunda Croanbach Alpha değeri ,824 olarak ölçülmüş ve ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS21.0 programı kullanılmıştır. Dijital uçurum, sosyal medya okuryazarlığı ve sosyal sermaye düzeylerin belirlenmesinde betimsel istatistikler (frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma) kullanılmıştır. Sosyal sermayenin dijital uçurum ve sosyal medya okuryazarlığına göre yordanmasında sıralı (ordinal) lojistik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz gerçekleştirilmeden önce eksik değer ve uç değer analizleri gerçekleştirilmiştir. Sıralı lojistik regresyon analizi için varsayımları test edilmiştir: Paralel eğriler testine göre, tahmin edilen regresyon katsayılarının, bağımlı değişkenin her bir kategorisinde aynı olduğunu ve paralel eğriler varsayımının sağlandığını (Atatürk Üniversitesi için $p=0,989 >0,05$; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi için $p=0,571 >0,05$) göstermektedir. Goodness of fit tablosundaki sunulan sonuçlar göz önüne alındığında (Atatürk Üniversitesi için $p=0,972 >0,05$; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi için $p=0,071 >0,05$) sıralı lojistik regresyon modelinin uygun olduğu görülmektedir. İncelemeler sonucunda sıralı lojistik regresyon analizinin gerçekleştirilmesi uygundur.

BULGULAR

Dijital Uçurum Düzeyine Yönelik Bulgular

Öğretmen adaylarının dijital uçurum düzeyleri alt boyutlar altında incelenmektedir. Bu çerçevede her iki üniversiteye ilişkin sonuçlar ayrı ayrı sunulmaktadır.

Tablo 1. Masaüstü PC, Dizüstü PC, Tablet PC, Akıllı Telefona ve düzenli internete sahip olma düzeyleri

		Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi		Erzurum Atatürk Üniversitesi	
		f	%	f	%
Masaüstü Bilgisayar Sahip misin?	Evet	106	23,3	141	30,1
	Hayır	348	76,7	327	69,9

Dizüstü Bilgisayar	Düzenli interneti var mı?	Ev	102	96,2	115	81,6
		Hayır	4	3,8	26	18,4
	Sahip misin?	Ev	391	86,1	324	69,2
		Hayır	63	13,9	144	30,8
Tablet PC	Düzenli interneti var mı?	Ev	385	98,5	237	73,1
		Hayır	6	1,5	87	26,9
	Sahip misin?	Ev	60	13,2	65	13,9
		Hayır	394	86,8	403	86,1
Akıllı Telefon	Düzenli interneti var mı?	Ev	57	95,0	49	75,4
		Hayır	3	5,0	16	24,6
	Sahip misin?	Ev	339	74,7	321	68,6
		Hayır	115	25,3	147	31,4
Herhangi birine sahip olanlar	Düzenli interneti var mı?	Ev	331	97,6	228	71,0
		Hayır	8	2,4	93	29,0
	Sahip misin?	Ev	453	99,8	448	95,7
		Hayır	1	0,2	20	4,3

Katılımcıların dijital uçurum düzeylerini yorumlamak için, teknolojik araçlara sahip olma düzeyleri incelendiğinde, en az birisine sahip olanların oranlarının Atatürk Üniversitesi için %95,7, ÇOMÜ için %99,8 olduğu görülmektedir. Dijital uçurum anlamında, uçurumun çok geniş olmadığı söylenebilir. Fakat, bu durum farklı teknolojik araçlara göre değişmektedir.

Teknolojik araçlara sahip olanların sürekli interneti olma durumu incelendiğinde, ÇOMÜ ile Atatürk Üniversitesi ciddi düzeyde farklılaşmaktadır. ÇOMÜ’de dijital uçurum anlamında internet açığı hemen hemen kapatılma durumunda iken (her bir araçta %95’ten fazlasının interneti var), Atatürk Üniversitesi’nde internet açığı anlamında sınırlılıklar olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 2. Facebook ve Twitter hesabı olma durumu, kullanım sıklıkları ve erişim türleri

		Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi		Erzurum Atatürk Üniversitesi		
		f	%	f	%	
Sosyal medya hesabımız var mı?	Facebook	Ev	425	93,6	374	80,0
		Hayır	29	6,4	94	20,0
	Twitter	Ev	259	57,0	176	37,6
		Hayır	195	43,0	292	62,4
Kullanım sıklığımız nedir?	Facebook	Günde 3 saate ve fazlası	93	21,9	76	20,3
		Günde 1-3 saat arası	140	33,0	101	27,0
		Günde 1 saat	118	27,8	97	25,9
		Ortalama 2-3 günde 1	51	12,0	75	20,1
		Ortalama haftada 1	22	5,2	25	6,7
	Twitter	Günde 3 saate ve fazlası	44	17,0	17	9,7
		Günde 1-3 saat arası	41	15,8	19	10,8
		Günde 1 saat	63	24,3	24	13,6
		Ortalama 2-3 günde 1	54	20,8	44	25,0
		Ortalama haftada 1	57	22,0	72	40,9
Nasıl erişim sağlıyoruz?	Facebook	Masaüstü bilgisayar	13	3,1	15	4,0
		Dizüstü bilgisayar	173	40,8	105	28,1
		Tablet PC	3	,7	4	1,1
		Akıllı telefon	235	55,4	177	47,3
		İnternet cafe	0	,0	10	2,7
		Çoklu	0	,0	63	16,8
		Twitter	Masaüstü bilgisayar	9	3,5	9

Dizüstü bilgisayar	85	32,8	51	29,0
Tablet PC	4	1,5	3	1,7
Akıllı telefon	160	61,8	79	44,9
İnternet cafe	1	,4	4	2,3
Çoklu	0	,0	30	17,0

Dijital uçurumun diğer göstergesi olarak, Facebook ve Twitter hesabı olma durumları dikkate alınmıştır. ÇOMU'da Facebook kullananlar %93,6, Twitter kullananlar %57,0'lik orana sahipken, Atatürk Üniversitesinde Facebook kullananlar %80,0, Twitter kullananlar %37,6'lık orana sahiptir. Facebook ve Twitter hesabı olanların bu hesapları kullanım sıklıklarının yüksek olduğu görülmektedir. ÇOMU'de Twitter kullanım sıklığının daha fazla olması ve Facebook'un her iki üniversitede Twitter'a göre daha sık kullanılıyor olması dikkat çekicidir. Facebook ve Twitter erişiminin çoğunlukla akıllı telefon ve dizüstü bilgisayar ile gerçekleştirildiği görülmektedir.

Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Bulgular

Öğretmen adaylarının sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, her iki üniversiteye göre aktif tüketici ve aktif üretici alt boyutlarında incelenmektedir.

Tablo 3. Aktif Tüketici Olarak Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyleri

		Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi				Erzurum Atatürk Üniversitesi				
		f	%	x	ss	f	%	x	ss	
Eğlence içeriği	Facebook	Hiçbir zaman	28	6,6	2,63	,60	22	5,9	2,65	,59
		Nadiren	100	23,5			88	23,5		
		Genellikle	297	69,9			265	70,7		
	Twitter	Hiçbir zaman	18	6,9	2,66	,60	11	6,3	2,68	,59
		Nadiren	51	19,7			35	19,9		
		Genellikle	190	73,4			130	73,9		
Politik içerik	Facebook	Hiçbir zaman	33	7,8	2,55	,63	29	7,7	2,51	,64
		Nadiren	124	29,2			127	33,9		
		Genellikle	268	63,1			219	58,4		
	Twitter	Hiçbir zaman	27	10,4	2,52	,68	19	10,8	2,47	,68
		Nadiren	70	27,0			55	31,3		
		Genellikle	162	62,5			102	58,0		
Genel kültür içeriği	Facebook	Hiçbir zaman	61	14,4	2,29	,70	47	12,5	2,29	,68
		Nadiren	182	42,8			172	45,9		
		Genellikle	182	42,8			156	41,6		
	Twitter	Hiçbir zaman	39	15,1	2,30	,72	25	14,2	2,27	,70
		Nadiren	104	40,2			78	44,3		
		Genellikle	116	44,8			73	41,5		

Her iki üniversiteden de katılımcıların eğlence içeriği ve politik içerikte aktif tüketici düzeyinde oldukları ve eğlence içeriği puanlarının daha yüksek olduğu, genel kültür içeriğinde kısmi aktif tüketici oldukları söylenebilmektedir. Her iki üniversite katılımcılarının her bir alt boyutta puanlarının benzer düzeyde olması dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya hesabı olanlarının sosyal medya okuryazarlık düzeyleri her iki üniversitede de aynıdır. Aktif tüketici kavramının, sosyal medya içeriklerinin sorgulama süzgecinden sonra paylaşılması yani bilinçli tüketim anlamına gelmesi dikkate alındığında, katılımcıların Twitter ve Facebook'taki genel kültür içeriklerini çok fazla sorgulamadan paylaştıkları

anlaşılmaktadır. Ayrıca, eğlence içeriğini politik içeriğe göre hem Facebook hem de Twitter'da kısmen daha çok sorgulamaları dikkat çekicidir.

Tablo 4. Aktif Üretici Olarak Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyleri

		Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi				Erzurum Atatürk Üniversitesi				
		f	%	x	ss	f	%	x	ss	
ERİŞİ M	Face boo k	Hiçbir zaman	84	19,8	2,31	,78	151	40,3	1,88	,82
		Nadiren	127	29,9			117	31,2		
		Genellikle	214	50,4			107	28,5		
	Twit ter	Hiçbir zaman	42	16,2	2,41	,75	62	35,2	1,99	,84
		Nadiren	68	26,3			53	30,1		
		Genellikle	149	57,5			61	34,7		
ANALI Z	Face boo k	Hiçbir zaman	24	5,6	2,70	,57	21	5,6	2,70	,57
		Nadiren	79	18,6			70	18,7		
		Genellikle	322	75,8			284	75,7		
	Twit ter	Hiçbir zaman	11	4,2	2,70	,54	11	6,3	2,76	,56
		Nadiren	55	21,2			21	11,9		
		Genellikle	193	74,5			144	81,8		
DEĞE RLEN DIRME	Face boo k	Hiçbir zaman	13	3,1	2,88	,41	4	1,1	2,90	,33
		Nadiren	27	6,4			28	7,5		
		Genellikle	385	90,6			343	91,5		
	Twit ter	Hiçbir zaman	13	5,0	2,83	,49	5	2,8	2,87	,41
		Nadiren	18	6,9			13	7,4		
		Genellikle	228	88,0			158	89,8		
ÜRETİ M	Face boo k	Hiçbir zaman	163	38,4	1,79	,72	134	35,7	1,82	,71
		Nadiren	189	44,5			173	46,1		
		Genellikle	73	17,2			68	18,1		
	Twit ter	Hiçbir zaman	102	39,4	1,77	,71	66	37,5	1,83	,74
		Nadiren	114	44,0			74	42,0		
		Genellikle	43	16,6			36	20,5		

Tablo 4 incelendiğinde her iki üniversitede öğretmen adaylarının sosyal medya okuryazarlığı bağlamında Facebook ve Twitter platformlarında üretim düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Sosyal medya okuryazarlığının en önemli becerilerinden biri olan üretim düzeyinin düşük çıkması öğretmen adaylarının sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin sınırlı olduğu sonucunu oluşturmaktadır. Fakat, öğretmen adaylarının her iki üniversitede Facebook ve Twitter platformlarında analiz ve değerlendirme düzeylerinin yüksek olduğu da dikkat çekmektedir.

Sosyal medya okuryazarlığı bağlamında erişim düzeyinin Atatürk Üniversitesi öğretmen adaylarında düşük olduğu, ÇOMÜ öğretmen adaylarının bu durumun kısmi düzeyde farklılaştığı görülmektedir. Bu çerçevede, öğretmen adaylarının ihtiyacı oldukları içerikleri şifreli, yasaklı sitelerden erişim yapma gayretlerinin zayıf olduğu görülmektedir.

Öğretmen adaylarının analiz ve değerlendirme düzeylerinin yüksek çıkması sosyal medya okuryazarlığı bağlamında istendik bir sonuçtur. Katılımcıların septik eğilimler sergiledikleri söylenebilmektedir. Fakat bu durum, üretim becerisi ile destek sağlanmadıkça sosyal medya okuryazarlığının işlevselliğine

ilişkin sınırlılıklar ortaya çıkmakta, bireyin okuryazarlık düzeyi etkin olamamaktadır.

Sosyal Sermaye Düzeyine Yönelik Bulgular

Öğretmen adaylarına yaşam alanlarındaki sosyal sermaye düzeyleri betimlenmektedir.

Tablo 5. Sosyal Sermaye Düzeyleri

	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi				Erzurum Atatürk Üniversitesi				
	f	%	x	ss	f	%	x	ss	
Sosyal Sermaye Düzeyi	Çok düşük	0	,0	2,93	,53	4	,9	2,84	,57
	Düşük	81	17,8			106	22,6		
	Yüksek	325	71,6			319	68,2		
	Çok yüksek	48	10,6			39	8,3		
	Toplam	454	100,0			468	100,0		

*1: Çok düşük, 2: Düşük, 3: Yüksek, 4: Çok yüksek

Sosyal sermaye düzeyleri her iki üniversitede de ortalama olarak yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Fakat dağılıma bakıldığında düşük olanların oranları yadsınamayacak düzeydedir. Çok yüksek düzeyde olanların oranı da dikkati çekmektedir. Her iki ilde de birbirine yakın puanlar olması sosyal sermaye düzeylerinin benzer olduğunun göstergesidir.

Dijital Uçurum ve Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyinin Sosyal Sermayeyi Yordamasına Yönelik Bulgular

Atatürk Üniversitesi ve Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesine ilişkin bulgular ayrı ayrı sunulmaktadır. Tablolarda, etki değeri bulunan parametreler belirtilmiştir.

Tablo 6. Atatürk Üniversitesi Parametre Tahminleri

ATATÜRK Ü.	Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
[TABLETPC=1,00]	-1,380	,589	5,492	1	,019*	-2,534	-,226
[TABLETPC_INTERNET=1,00]	1,521	,679	5,018	1	,025*	,190	2,852
[AKILLITELEFON_INTERNET=1,00]	,806	,316	6,502	1	,011*	,187	1,426
[FACE_KULLANMA_SIKLIGI=4,00]	-1,183	,577	4,204	1	,040*	-2,314	-,052
[FACE_ERISIM_ARACI=1,00]	-8,510	3,861	4,857	1	,028*	-16,078	-,942
[FACE_ERISIM_ARACI=2,00]	-9,100	3,833	5,635	1	,018*	-16,613	-1,586
[FACE_ERISIM_ARACI=4,00]	-9,237	3,843	5,777	1	,016*	-16,770	-1,705
[FACE_ERISIM_ARACI=5,00]	-10,026	3,917	6,551	1	,010*	-17,703	-2,349
[FACE_ERISIM_ARACI=6,00]	-8,637	3,806	5,151	1	,023*	-16,097	-1,178
[TWITTER_HESABI_OLMA=1,00]	7,198	2,541	8,022	1	,005*	2,217	12,179
[TWITTER_KULLANMA_SIKLIGI=1,00]	-2,204	,784	7,893	1	,005*	-3,741	-,666
[TWITTER_KULLANMA_SIKLIGI=2,00]	-2,537	,639	15,752	1	,000*	-3,789	-1,284
[TWITTER_KULLANMA_SIKLIGI=3,00]	-1,652	,602	7,530	1	,006*	-2,832	-,472
[TWITTER_KULLANMA_SIKLIGI=4,00]	-1,558	,513	9,238	1	,002*	-2,563	-,553
[TWITTER_ERISIM_ARACI=2,00]	-1,437	,704	4,163	1	,041*	-2,818	-,057
[AKTIFURETIM_face_erisim=2,00]	,877	,389	5,073	1	,024*	,114	1,639
[AKTIFURETIM_twitter_erisim=2,00]	-1,119	,569	3,868	1	,049*	-2,233	-,004

Tablo 6 dikkate alındığında, Atatürk Üniversitesi bağlamında sosyal sermayeyi etkileyen faktörler şu şekildedir:

Dijital Uçurum boyutunda:

- Tablet PC'ye sahip olmak sosyal sermayeyi olumsuz etkilemekte ve düşürmektedir.
- Tablet PC'ye internet bağlantısı ile birlikte sahip olmak, sosyal sermayeyi olumlu etkilemekte ve yükseltmektedir.
- Akıllı telefonu internet bağlantısı ile birlikte sahip olmak, sosyal sermayeyi olumlu etkilemekte ve yükseltmektedir.
- Facebook' u kullanma sıklığına göre «Ortalama 2-3 günde bir» kullanmak sosyal sermayeyi olumsuz etkilemekte ve düşürmektedir.
- Facebook'a Tablet PC harici araçlarla bağlanmak, sosyal sermayeyi olumsuz etkilemekte ve düşürmektedir.
- Twitter hesabı olması, sosyal sermayeyi olumlu etkilemekte ve yükseltmektedir.
- Twitter kullanma sıklığının «günde 3 saat ve fazla», «günde 1-3 saat arası», «Günde 1 saat» ve «Ortalama 2-3 günde bir» düzeyde olması sosyal sermayeyi olumsuz etkilemekte ve düşürmektedir.
- Twitter'a Dizüstü PC ile erişmek sosyal sermayeyi olumsuz etkilemekte ve düşürmektedir.

Sosyal Medya Okuryazarlığı Boyutunda:

- Aktif Üretim boyutunda Facebook Erişim bağlamında «kısmi aktif üretici» olmak sosyal sermayeyi olumlu etkilemekte ve yükseltmektedir.
- Aktif Üretim boyutunda Twitter Erişim bağlamında «kısmi aktif üretici» olmak sosyal sermayeyi olumsuz etkilemekte ve düşürmektedir.

Diğer değişkenlerin sosyal sermaye üzerinde yordayıcı bir etkisi bulunmamaktadır.

Tablo 7. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Parametre Tahminleri

ÇOMÜ	Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
						[AKTIFTUKETIM_face_eglence=1,00]	14,427
[AKTIFTUKETIM_face_eglence=2,00]	15,361	1,162	174,883	1	,000*	13,085	17,638
[AKTIFTUKETIM_face_eglence=3,00]	15,313	1,150	177,443	1	,000*	13,060	17,566
[AKTIFURETIM_face_erisim=1,00]	-1,215	,383	10,042	1	,002*	-1,966	-,463
[AKTIFURETIM_face_degerlendirme=1,00]	-15,348	,646	565,019	1	,000*	16,614	14,083
[AKTIFURETIM_face_degerlendirme=2,00]	-16,207	,512	1000,866	1	,000*	17,211	15,203

Tablo 7 dikkate alındığında, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi bağlamında sosyal sermayeyi etkileyen faktörler şu şekildedir:

Dijital Uçurum boyutunda sosyal sermayeyi etkileyen herhangi bir parametre bulunmamaktadır.

Sosyal Medya Okuryazarlığı Boyutunda:

- Aktif Tüketim boyutunda, Facebook eğlence içeriğine yönelik pasif tüketicisi, kısmi aktif tüketicisi ve aktif tüketicisi olmak sosyal sermaye üzerinde olumlu etkiye sahiptir ve sosyal sermaye düzeyini yükseltmektedir. Burada pasif

tüketici, eğlence içeriğini sorgulamadan tüketen, aktif tüketici eğlence içeriğini sorgulayarak tüketen bireydir. Dolayısıyla Facebook'ta hiç eğlence içeriği tüketmemeye karşın, pasif bile olsa eğlence içeriği tüketmek sosyal sermayeyi olumlu yönde etkilemektedir.

- Ayrıca Aktif Üretici boyutunda Facebook erişim düzeyi pasif üretici düzeyinde sosyal sermaye düzeyini olumsuz etkilemekte ve düşürmektedir. Bireylerin Facebook'ta yasaklı içeriklere erişmek istememesi, sadece izin verilen içeriklerin kendisi için yeterli olması sosyal sermayeyi düşürmektedir.

- Ayrıca Aktif Üretici boyutunda Facebook değerlendirme düzeyi pasif üretici ve kısmi aktif üretici düzeyinde olma da sosyal sermayeyi olumsuz etkilemekte ve düşürmektedir. Bireylerin analiz ettiği Facebook içeriklerine yönelik kendi ölçütlerini belirleyerek kendi değerlendirmesini yapma, yani mesajı kabul etme/etmeme kararı almama ya da kısmi düzeyde alma sosyal sermayeyi düşürmektedir.

Diğer değişkenlerin sosyal sermaye üzerinde yordayıcı bir etkisi bulunmamaktadır.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Atatürk Üniversitesi Öğretmen Adaylarına Göre Sosyal Sermayenin Yordayıcıları

Dijital uçurum sosyal sermayeyi etkilemektedir. Dijital uçurum içinde yer alan internet bağlantısı olan Tablet PC ve Akıllı Telefon sahibi olmak dijital uçurumun sosyal sermaye üzerinde önemli bir belirleyici olma potansiyelini sergilemektedir. Burada internet sahibi olmanın (özellikle internetsiz tablet PC sahibi olmanın sosyal sermayeyi düşürme sonucundan hareketle) sosyal sermaye üzerindeki olumlu etkisi göze çarpmaktadır. Ayrıca Facebook'u tablet PC ile kullanma durumunun sosyal sermayeyi düşürmesi ve internet bağlantılı tablet PC kullanımının sosyal sermayeyi artırması sonuçları dikkate alındığında, tablet PC kullanıcılarının tablet PC'yi Facebook dışındaki kullanım amaçlarının sosyal sermaye üzerinde etkili olabileceği yorumunu oluşturmaktadır. Tablet PC'nin diğer dijital araçlardan farklı olan kullanım amacının incelenmesi fayda sağlayacaktır. Bunların yanısıra katılımcıların Twitter hesabı olmasının sosyal sermayeyi yükseltmesi sonucuna karşın, Twitter hesabı olanların hesabı kullanma düzeylerinin yoğun olmasının sosyal sermayeyi düşürme sonucu dikkat çekicidir. Bu sonuç, Twitter'in kullanım amacının daha eleştirel bir konsepti kapsamaması ve kullanıcılarının eleştirel bir bakış açısına sahip olduğu varsayımı ile açıklanabilmektedir. Bunun karşılığında Facebook kullanım sıklığında «Ortalama 2-3 günde bir» düzeyinde kullanmak sosyal sermayeyi düşürürken, diğer sıklıklarda etkili olmaması, Facebook ve Twitter kullanım karakterlerinin farklı olma olasılığını akla getirmektedir.

Sosyal medya okuryazarlığı bağlamında, medya okuryazarlığı perspektifini yansıtan aktif üretimin erişim boyutunda kısmi düzeyde üretici olmak, yani içeriklere her türlü erişim imkanını talep etmede kısmi düzeyde beceri sahibi olmak dikkate alındığında, Facebook için sosyal sermayeyi yükseltmekte, Twitter için sosyal sermayeyi düşürmektedir. Bu durum dikkat çekici bir

sonuçtur: Bir içeriği yasaklı da olsa erişme amacı ne yüksek düzeyde ne de düşük düzeyinde değil de, kısmi düzeyde istemenin (bu da ihtiyaç olan durumlarda kullanılma ihtimalini akla getirmektedir) sosyal sermayeyi etkilemesi ve bu durumun Facebook'ta olumlu, Twitter da olumsuz etkisi olması önemlidir. Yine aynı şekilde Facebook ve Twitter'ın kullanım amaçları bu sonucu doğurabilmektedir. Bu durumu açıklayabilmek için katılımcıların Facebook ve Twitter'ın kullanım amaçlarını dikkate almak gerekmektedir.

Atatürk Üniversitesi'nde öğrenim gören öğretmen adaylarının sosyal sermaye düzeylerinde dijital uçurum ve sosyal medya okuryazarlığı kısmi düzeyde etkilidir. Burada sosyal medya okuryazarlığı boyutunun önemli göstergeleri olan, analiz, değerlendirme ve üretim becerilerinin etkisiz çıkmasının incelenmesi önerilmektedir.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Öğretmen Adaylarına Göre Sosyal Sermayenin Yordayıcıları

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde dijital uçurumun sosyal sermaye üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamaktadır.

Sosyal medya okuryazarlığında da hem aktif tüketimde hem de aktif üretimde belirleyicilerin çıkması önemlidir. Özellikle eğlence medyasının sosyal sermaye üzerindeki olumlu etkisi dikkate alınmalıdır. Ayrıca Facebook'a yönelik erişim ve değerlendirme basamaklarında pasif olmanın sosyal sermaye üzerinde olumsuz etki yapması dikkat çekicidir. Bireyin Facebook'ta yasaklı içeriklere ulaşmak istememesi, sosyal sermayeyi düşürmektedir. Ayrıca bireyin Facebook içeriklerine yönelik kendi değerlendirme (ahlaki, etik, bilimsel vb.) sistemini ya da süzgecini kurmaması da sosyal sermayeyi düşürmektedir. Fakat bu iki düzeyde aktif tüketici olmak, yani yasaklı içeriklere erişmek ile kendi değerlendirme sistemini kurmak sosyal sermaye üzerinde etkili olmamaktadır.

Her iki araştırma grubu dikkate alındığında, sosyal sermayenin dijital uçurum ve sosyal medya okuryazarlığı tarafından etkili olduğu ve etkili olmadığı durumların olduğu anlaşılmaktadır. İncelenen konularda gerçekleştirilen çeşitli araştırmalar dikkate alındığında benzer ve farklı sonuçların olduğu görülmektedir. Hinman (2012) ve Raicheva (2005)'nin çalışmalarında İnternetin sosyal sermayeye olumlu katkı sağladığı vurgulanmaktadır. Cheng (2006)'nin çalışmasında, genç yetişkinlerin internet temelli boş zaman aktivitelerinin bireylerin sosyal ilişkilerini güçlendirdiğini ve online sosyal sermayenin gelişimi için potansiyel bir etkiye sahip olduğunu belirtmektedir. Mukherjee (2006) çalışmasında, İnternetin sosyal sermayeyi sadece sanal ortamda değil, gerçek yaşam alanlarında da olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Bu çerçevede dijital uçurum göstergesi olarak yorumlanan İnternetin sosyal sermaye üzerindeki etkisi dikkate alınması gereken bir dinamiktir. Park, Han ve Kaid (2012)'in çalışmalarında akıllı telefon ve sosyal medya kullanımının sosyal sermayeye olumlu yönde etkilediği vurgulanmaktadır. Lee (2007)'nin çalışmasında, sosyal bağları güçlü olan bireylerin İnternet ve bilgisayar kullanımlarının, sosyal bağları zayıf olan bireylere kıyasla, sosyal sermayeyi arttıracak becerileri geliştirdiğini, sosyal sermayeyi olumlu desteklediğini

vurgulamaktadır. Özellikle öğrencilerin internet ve bilgisayar eğitim amaçlı kullanmaları, eğitimin diğer paydaşları ile olan sosyal etkileşimi arttırmaktadır. Bu çerçevede dijital uçurum kapsamında, dijital medya araçlarının sosyal sermaye kapsamında etkili olduğu söylenebilmektedir. Fakat etkililik düzeyine yönelik farklı eleştirilerin de mevcut olduğu görülmektedir. Ellison, Steinfield ve Lampe (2007)'nin çalışmalarında internet kullanımının tek başına sosyal sermayenin yordayıcısı olamadığı, fakat yoğun Facebook kullanımının sosyal sermayeyi olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Facebook kullanımı sosyal sermayenin oluşturulmasında ve desteklenmesinde pozitif etki yapmaktadır. Bu çerçevede dijital uçurumun sadece İnternet ve dijital araçlar olarak değil, sosyal medyaya erişim olarak ta sosyal sermayeyi etkilediği söylenebilmektedir (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). Sosyal sermaye sadece bir sonuç değil, ayrıca bir nedendir. Fu, Wu ve Cho (2017)'nin çalışmaları dikkate alındığında sosyal sermayenin, kullanıcıların Facebook kullanım davranışları üzerinde etkide bulunduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermayenin belirleyicisi olan Facebook'un sosyal sermaye ile de kendi potansiyelini etkilediği anlaşılmaktadır. Nahapiet ve Ghoshal (1998) sosyal sermayeyi yapısal, bilişsel ve ilişkisel olmak üzere üç boyut altında ele almaktadır. Yapısal sosyal sermaye bireyler arasındaki sosyal etkileşime; bilişsel sosyal sermaye bilginin gelişim ve dönüşüm potansiyelini arttıran, ortak aklı işe koşan bilişsel bir platform; ilişkisel sosyal sermaye ise bireyler arasındaki güven ve ortak değerlere gönderme yapmaktadır. Ali-Hassan, Nevo ve Wade (2015)'nin çalışmalarına göre, sosyal medyanın sosyal amaçla (sosyal ilişkiler kurma) kullanımı yapısal sosyal sermayenin oluşumunda olumlu yönde etki sağlamaktadır. Sosyal medyanın bilişsel amaçlı (farklı içeriklere erişim, kendi içeriği oluşturma ve paylaşma) kullanımı ile sosyal sermayenin tüm boyutları arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki mevcuttur. Sosyal medyanın eğlence amaçlı kullanımı ile bilişsel sosyal sermaye arasında negatif, sosyal sermayenin ilişkisel ve yapısal boyutları ile pozitif yönde ilişki mevcuttur. Ye, Fang, He ve Hsieh (2012)'in çalışmalarında, bireylerin gerçek yaşamdaki sosyal sermaye potansiyellerinin Twitter platformundaki sosyal sermaye yaşantılarını etkilediği ve Twitter platformundaki faaliyetlerin Twitter alanındaki sosyal sermaye düzeyini arttırdığını vurgulamaktadırlar. Rehm ve Notten (2016)'in gerçekleştirdiği çalışmada öğretmenlerin twitter kullanımlarının yapısal sosyal sermayeyi desteklediği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu araştırmalar çevresinde, sosyal medya okuryazarlığının sosyal sermayeyi etkilediği söylenebilmektedir. Sosyal sermayenin sanal ortamdaki incelenmesinin yapıldığı Pfeil, Arjan ve Zaphiris (2009)'in çalışmalarında sosyal sermaye uçurumundan bahsedilmektedir. Sosyal sermaye uçurumunun varlığı, sosyal sermayenin sistem içindeki farklı değişkenlerden etkilenme olasılığını ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermayenin belirleyicilerinin farklı yaşam alanlarında (bölgesel farklılıklar, kültürel farklılıklar, ekonomik farklılıklar, dijital ilgi farklılıkları vb.) farklı değişkenlerden oluşma ve etkilerinin farklı düzeylerde olması olasıdır.

Sonuç olarak,

Sosyal sermayenin belirleyicileri olarak dijital uçurum ve sosyal medya okuryazarlığının etkili olma potansiyeli mevcuttur. Fakat bu değişkenlerinin, bölgeden bölgeye farklılık gösterdiği anlaşılmıştır. Bununla birlikte, sosyal sermaye gibi grup dinamiklerinden doğrudan etkilenen bir olguyu etkileyen faktörleri genellemenin mümkün olamayacağı görülmektedir. Dolayısıyla, sosyal sermayeyi etkileyen faktörlerin, her gruba özgü çalışmalarla incelenmesi, değişim ve dönüşümlerinin takip edilmesi önerilmektedir. Ayrıca, dijital uçurum ve sosyal medya okuryazarlığının belirleyici olma potansiyelleri dikkate alınarak, bu anlamda politikaların geliştirilmesi önerilmektedir. Nitekim her iki kavram da farklı dünya ülkeleri ve kuruluşlar aracılığıyla sürekli olarak gündemde tutulan, farklı uygulamalarla gelişimleri desteklenen kavramlardır. Teknolojilerin toplumlar üzerindeki bilinçsiz nüfuzu ve sürekli evrimleşerek gelişmeleri, toplumların sağlıklı yaşamlarının temel taşlarından biri olan sosyal sermayeyi etki altında bırakmaları dikkate alınmalıdır. Bu çerçevede, eleştirel sosyal medya okuryazarı olmaları doğrultusunda bireylere donanım kazandırılmaları ve yetkilendirilmeleri ve ayrıca dijital medya araçlarına yabancılaşmalarının önüne geçilmelidir.

KAYNAKLAR

- Ali-Hassan, H., Nevo, D. & Wade, M. (2015). Linking dimensions of social media use to job performance: The role of social capital. *Journal of Strategic Information Systems*, 24, 65–89.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bouchillon, B. C., & Godlieb, M. R. (2016). Making them count: Facebook sociability for optimizing the accumulation of social capital. *Social Science Computer Review*, 1-20. DOI: 10.1177/0894439315626422
- Bridwell-Mitchell, E. N. & Cooc, N. (2016). The ties that bind: how social capital is forged and forfeited in teacher communities. *Educational Researcher*, 45(1), 7-17.
- Cheng, S-L. (2006). *Relationship between demographics, internet experience, leisure-time internet usage, and social capital* (Unpublished Master's Thesis). University of North Carolina, United States.
- Coalter, F. (2007). *A wider social role for sport: Who's keeping the score?* London, England: Routledge.
- Cottle, S. (2011). Media and rab uprisings of 2011: Research notes. *Journalism*, 12(5), 647-659.
- Cruz-Jesus, F., Vicente, M. R., Bacao, F., & Oliveira, T. (2016). The education related digital divide: An analysis for EU-28. *Computers in Human Behaviour*, 56, 72-82.
- Cuervo, M.R.V., & Menendez, A.J.L. (2006). A multivariate framework for the analysis of the digital divide: Evidence for the European Union-15, *Information & Management*, 43,756-766.
- Devamoğlu, S. (2008). *Sosyal sermaye kuramı açısından Türkiye’de demokrasi kültürü üzerine bir değerlendirme* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Dewan, S., & Riggins, F. J. (2005), The digital divide: Current and future research directions. *Journal of Association for Information Systems*, 6(2), 298–337.

- Dodd, M. D., Brummette, J., & Hazleton, V. (2015). A social capital approach: An examination of Putnam's civic engagement and public relations roles. *Public Relations Review*, 41(4), 472-479.
- Donoso, V.N.& Verdoodt , V. (2014). *White paper social media literacy: Time for an update!* 05.03.2016 tarihinde (<https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/471013/1/EMSOC+White+Paper.pdf>) adresinden erişilmiştir.
- Eastin, M.S., Cicchirillo, V., & Mabry, A. (2015) Extending the digital divide conversation: Examining the knowledge gap through media expectancies. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*,59(3), 416-437.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Erdiaw-Kwasie, M. O., & Alam, K. (2016). Towards understanding digital divide in rural partnerships and development: A framework and evidence from rural Australia. *Journal of Rural Studies*, 43, 214-224.
- Field, J. (2006). *Sosyal sermaye* (B.Bilgen ve B. Şen, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Fine, B. (2010). *Theories of social capital: Researchers behaving badly*. London: Pluto Press.
- Friemel, T. N. (2016). The digital divide has grown old: Determinants of a digital divide among seniors. *New Media & Society*, 18(2), 313-331.
- Fu, P-W., Wu, C-C. & Cho, Y-J. (2017). What makes users share content on facebook? Compatibility among psychological incentive, social capital focus, and content type. *Computers in Human Behavior*, 67, 23-32.
- Geber, S., Scherer, H., & Hefner, D. (2016). Social capital in media societies: the impact of media use and media structures on social capital. *The International Communication Gazette*, 1-21, DOI: 10.1177/1748048516640211
- Glanville, J. L., Paxton, P., & Wang, Y. (2016). Social capital and generosity: a multilevel analysis. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(3), 526-547.
- Gunelius, S. (2011). *30 minute social media marketing*. New York: McGraw Hill.
- Gürcan, F. (2015). *Türkiye'de ve dünyada sayısal bölünme* (Uzmanlık Tezi). T.C Kalkınma Bakanlığı, Yayın no: 2020, Ankara.
- Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008). Digital inequality: differences in young adults' use of the Internet. *Communication Research*, 35 (5), 602-621.
- Hinman, Al. K. (2012). *Internet use and trust: Predicting Internet use and its effect on a user's general social trust* (Unpublished Master's Thesis). University of Wyoming, Wyoming, United States.
- Hooghe, M., & Stolle, D. (Eds.). (2003). *Generating social capital*. New York: Palgrave.
- Kangal, N. (2013). *Sosyal sermaye teorileri ve sosyal sermaye kalkınma ilişkisi: Türkiye örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Larm, P., Aslund, C., Starrin, B., & Nilsson, K. W. (2016). How are social capital and sense of coherence associated with hazardous alcohol use? Findings from a large population- based Swedish sample of adults. *Scandinavian Journal of Public Health*, 44, 525-533.
- Lee, S-J.(2007). *The internet and adolescent social capital: Who benefits more from internet use?* (Unpublished Doctoral Dissertation). The University of Texas, Austin, United States.
- Lin, N. (1999). Building a network theory of social capital. *Connections*, 22, 28-51.
- Livingstone, S. (2015). From mass to social media?: advancing accounts of social change. *Social Media + Society*,1(1), 1-3.

- Mihailidis, P. (2011). New civic voices & the emerging media literacy landscape. *Journal of Media Literacy Education*, 3(1), 4-5.
- Moore, M. D., & Recker, N.L. (2016). Social capital, type of crime, and social control. *Crime & Delinquency*, 62 (6), 728-747.
- Mukherjee, D. (2006). *Influence of Internet on social capital* (Unpublished Doctoral Dissertation). University of South Carolina, United States.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. <http://dx.doi.org/10.2307/259373>.
- Özcan, B. (2011). *Sosyal sermaye ve ekonomik kalkınma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Park, K-G., Han, S. & Kaid, L. L. (2012). Does social networking service usage mediate the association between smartphone usage and social capital? *New Media & Society*, 15(7), 1077– 1093.
- Park, S.R., Choi, D.Y.,& Hong, P. (2015). Club convergence and factors of digital divide across countries. *Technological & Social Change*, 96, 92-100.
- Pearce, K.E. & Rice, R.E. (2013). Digital divides from access to activities: comparing mobile and personal computer Internet users. *Journal of Communication*, 63(4), 721-744.
- Pfeil, U., Arjan, R. & Zaphiris, P. (2009). Age differences in online social networking – A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in MySpace. *Computers in Human Behavior*, 25, 643–654.
- Pick, J. B., Sarkar, A. & Johnson, J. (2015). United States digital divide: state level analysis of spatial clustering and multivariate determinants of ICT utilization. *Socio-Economic Planning Sciences*, 49, 16-32.
- Pick, J. B., & Nishida, T. (2015). Digital divides in the world and its regions: a spatial and multivariate analysis of technological utilization. *Technological Forecasting & Social Change*, 91, 1-7.
- Preeti, M. (2009). Use of social networking in a linguistically and culturally rich India. *The International Information & Library Review*, 41(3), 129-136.
- Puga, P., Cardoso, G., Espanha, R., & Mendonça, S. (2009). Telecommunications fort he needy: how are they? *Informatico Economica*, 13 (2), 175-188.
- Putnam, R. (1993). *Making democracy work: civic traditions in Modern Italy*. New Jersey: Princeton University Press,
- Putnam, R. D. (1996). Who killed civic America? *Prospect*, 7(24), 66-72.
- Putnam, R., Goss, K.A. (2002). Introduction in Robert D. Putnam (Ed.), *Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*, Oxford: Oxford University Press.
- Raicheva, M. (2005). *Bowling alone in a big small city: re-examining the relationship between social capital and mass media use* (Unpublished Doctoral Dissertation). Southern Illinois University Carbondale, United States.
- Rehm, M. & Notten, A. (2016). Twitter as an informal learning space for teachers!?! The role of social capital in Twitter conversations among teachers. *Teaching and Teacher Education*, 60, 215-223.
- Seid, A. K., Hesse, M., & Bloomfield, K. (2016). “Make it another for me and my mates”: Does social capital encourage risky drinking among the Danish general population? *Scandinavian Journal of Public Health*, 44, 240-248.
- Svendsen, G., & Sorensen, F. L. (2006). The socioeconomic power of social capital. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 26, 411-429.
- United Nations (2012). *The promotion, protection and enjoyment of human rights on the internet*, Document A/HRC/20/1.13. New York, NY: United Nations General Assembly.

- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Oxford University Press: New York.
- Ye, Q., Fang, B., He, W. & Hsieh, J. P. (2012). Can social capital be transferred across the boundary of the real and virtual worlds? An empirical investigation of twitter. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(2).
- Zillien, N., & Hargittai, E. (2009). Digital distinction: status-specific types of internet usage. *Social Science Quarterly*, 90(2), 274-291.

SUMMARY

Introduction

Today, information and communication technologies are rapidly becoming widespread, and it seems that there are inequalities among societies or different groups in a society in terms of access to these technologies. These inequalities are briefly defined by different concepts such as "digital divide", "digital division" and "digital inequality". As a result of evolution of technology, Web2.0 networks has become one of the most effective and widespread tools of information age. Identified by names such as micro blog sites and social media Web2.0 networks have brought new competencies to the users and resulted in new educational needs. Some social media tools such as Facebook and Twitter can be given as examples of these. With this new platform, the two-way communication on the technology has gained functionality and gave opportunity to consumer-oriented receivers to become a producer. In this framework, in order to take the advantage of these opportunities in an effective way, social media users need to be social media literate. The differences in the social media literacy levels of social media users create different outputs on the qualities of the information age individuals and structure the characteristics of the information society. According to Putnam social capital is defined as communication networks among individuals, social connections, reciprocity and trust, and a value that allows cooperation and social integration. The existence of social capital make individuals more successful, happier and healthier at the individual dimension while making people safer, more healthier, more cultured, better governed at the social dimension and have a higher potential to create happier societies than those having less social capital stock. In this research, it is investigated whether the digital divide and social media literacy are significant determinants in the social capital levels of prospective teachers.

Method

This is a causal comparison study which is one of the quantitative research methods. The study was carried out in universities, in two different cities Çanakkale and Erzurum. The research population for Çanakkale was the prospective teachers in Çanakkale Onsekiz Mart University Faculty of Education and for Erzurum, it was prospective teachers in Atatürk University Kazım Karabekir Faculty of Education. In Çanakkale 454 prospective teachers and 468 prospective teachers in Erzurum participated in the study. In the study, as data collection tools, digital divide measurement tool, social media literacy measurement tool and social capital measurement tool were used. Ordinal logistic regression analysis was performed in the prediction of social capital according to digital divide and social media literacy.

Findings (Results)

The factors affecting social capital in the context of Ataturk University are as follows:

In the context of Digital Divide: Having a Tablet PC negatively affects and decrease social capital. Having a Tablet PC with an internet connection positively affects and increases social capital. Having smart phone with internet

connection affects social capital positively and increases it. According to the frequency of using Facebook, "Using once in every 2-3 days" negatively affects social capital. Connecting Facebook with external devices not with Tablet PC negatively affects and decrease social capital. Having a Twitter account affects the social capital positively and increases it. The frequency of using Twitter such as; more than 3 hours a day, between the 1-3 hours in a day, an hour a day, or once in two or three days, affects the social capital negatively and decrease it. Having an access to Twitter with a laptop, adversely affect the social capital and decrease it.

In the context of Social Media Literacy: At the Active Production Dimension, in the context of Facebook Access, being a "partially active producer" positively affects and increases social capital. At the Active Production Dimension in the context of Twitter Access, being a "partially active producer" negatively affects social capital and decreases it. Other variables have no predictive effect on social capital.

The factors affecting social capital in the context of Çanakkale Onsekiz Mart University are as follows:

In the context of Digital Divide: There are no parameters found that affect social capital in the digital divide dimension.

In the context of Social Media Literacy: In the active consume dimension, For the entertainment content of Facebook, being a passive user, a partially active user, and an active user has a positive effect on social capital and raises the level of social capital. In the active producer dimension; the level of Facebook Access at the level of passive producers, adversely affects and reduces the level of social capital. The evaluation level of Facebook is negatively affecting and reducing social capital by being passive producer and partially active producer level. Other variables have no predictive effect on social capital.

Conclusion and Discussion

At the level of social capital of prospective teachers, who are studying at Ataturk University, the digital divide and social media literacy are influential at a partial level. Here it is suggested to investigate the ineffectiveness of analysis, evaluation and production skills, which are important indicators of the social media literacy dimension. The digital divide has no effect on social capital in Çanakkale Onsekiz Mart University. It is important that determinants of both active consumption and active production arise in social media literacy. When taken into consideration both research group it is understood that there are some cases in which social capital is affected by digital divide and social media literacy or not affected by any of them. The digital divide and social media literacy are potentially influential as determinants of social capital. However, it is understood that these variables vary from region to region. Moreover, it seems that it is not possible to generalize factors that affect a phenomenon directly affected by group dynamics, such as social capital Therefore, it is recommended to search the factors affecting social capital with each group specific studies, follow up the changes.