

The Investigation of College Students' New Media Literacy Levels

Esra BARUT TUĞTEKİN, Inonu University, 0000-0003-0109-0581

Abstract

The goal of this study was to investigate college students' new media literacy levels in terms of gender, faculty domain, grade level, and media consumption characteristics. This study was conducted using the correlational survey model, which is a quantitative research technique. The data was gathered using an online data collection form. The online data collection form includes a demographic questionnaire, various survey items on the use of various new media tools, and the New Media Literacy Scale (NMLS). The NMLS consists of four-factor dimensions, namely Functional Consumption (FC), Critical Consumption (CC), Functional Prosumption (FP), and Critical Prosumption (CP). The research was conducted using data gathered from a total of 801 college students in the range of ages from 18 to 30 years ($\bar{x}=21.47$; $SD=2.07$) through the Learning Management System. According to research findings, the level of the participants' NML skills was lower than they believed, and a statistically significant difference was found when NMLS scores were compared. When gender was analyzed using the NML sub-dimensions, it was discovered that females had significantly higher skills than male participants for the FP dimension. On the other, when NML scores according to the faculty's domain variable were scrutinized, the NML scores for the Health Sciences domain were statistically higher than in the Sciences and Social Sciences. Although NML and its sub-dimensions are not significantly different in terms of internet use, there have been statistically significant differences in NML, and its FP and CP dimensions, in the context of the importance given to the TV program.

Keywords: new media, new media literacy, new media consumption, new media prosumption, college students



Inonu University
Journal of the Faculty of
Education

Vol 22, No 3, 2021
pp. 2431-2459

DOI:10.17679/inuefd.1005030

Article Type
Research Article

Received
05.10.2021

Accepted
17.12.2021

Suggested Citation

Barut Tuğtekin, E. (2021). The investigation of college students' new media literacy levels, *Inonu University Journal of the Faculty of Education*, 22(3), 2431-2459. DOI:10.17679/inuefd.1005030

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

New media literacy differs from traditional media literacy. Traditional media literacy focuses on being a conscious consumer using media tools and content correctly (Barut Tugtekin & Koc, 2021). However, new media literacy is a multi-faceted literacy that combines computer and communication technologies, technical knowledge, and socio-cultural dimensions and includes media prosumption, consumption, and usage skills (Lin et al., 2013). While most of the studies in the literature focus on media literacy, studies on new media literacy, which include the prosumption skills added by the new media, are quite limited. Therefore, considering that people are frequently exposed to new media today, it turns out that the concept of new media literacy is a crucial concept that needs to be researched and acquired. In this respect, the investigation of university students' new media literacy and its sub-dimensions according to the variables of interest reveals the originality and importance of the current study.

Purpose

The current concept, which integrates information and communication technologies with technical knowledge and social structure, including media use, prosumption, and consumption, is the concept of New Media Literacy. Therefore, given the prevalence of young people's use of new media tools, it has become necessary to assess college students' levels of new media literacy. The current study intended to investigate college students' new media literacy levels in terms of gender, faculty domain, grade, and media usage characteristics.

Method

The current study was scrutinized on the basis of the correlational survey model, which is one of the quantitative research techniques, in order to evaluate the new media literacy levels of college students in terms of various variables (i.e., gender, faculty domain, grade level, and media usage characteristics). In the study, an online data collection tool was utilized to gather the data. The online data collection tool includes a demographic questionnaire, various survey items on the use of various new media tools, and the New Media Literacy Scale (NMLS) by Koc and Barut (2016). The NMLS consists of four-factor dimensions, namely Functional Consumption (FC), Critical Consumption (CC), Functional Prosumption (FP), and Critical Prosumption (CP). The research was carried out with the voluntary participation of college students at Inonu University in the spring term of 2020-2021. The research was carried out with the data obtained from a total of 801 college students in the range of ages from 18 to 30 years ($\bar{x}=21,47$; $SD=2,07$; $n_{\text{female}}=544$, [67,9%]; $n_{\text{male}}=257$, [32,1%]). Before analyzing the RQs, firstly, the prerequisites for the related analysis were examined. In order to determine whether the new media literacy level of college students significantly differentiated according to their gender, faculty domain, grade level, and media usage characteristics, the related parametric test (i.e., t-test, One-way ANOVA, Two-way ANOVA, and MANOVA) was conducted. In addition, correlation analysis was used to examine the relationships between the variables of interest.

Findings

When the participants evaluated their overall NML levels and the NML sub-dimensions, it was found that each NML skill levels were higher than the average. However, it was determined that there were statistically significant differences between the levels of new media literacy that participants believed they had and the levels they had from NMLS. As a result, participants' actual NML levels as new media literate were lower than their level of self-evaluation. The frequency of internet usage and FC have a statistically significant low-level and negative relationship. On the other hand, there is a negative and low-level statistically significant relationship between "virtual identity compatibility" and NML, FC, and FP dimensions, and a positive and low-level statistically significant relationship between "trust in online content" and NML and CC.

There was no statistically significant difference in NML scores by gender variable. It was noticed that the FP skills of women participants were found to be significantly higher than males. By contraries, there was no statistically significant difference with respect to NML in the interaction between the faculty domain and grade. Strikingly, it has been determined that the field of Health Sciences differs significantly in favor of Health Sciences compared to the field of Social Sciences and Sciences according to the faculty domain. Subsequently, it was understood that the Health Sciences domain in the FC and CC dimensions differed statistically in favour of Health Sciences compared to the Social and Sciences, and in the FP and CP dimensions, it was statistically different in favour of the Health Sciences domain compared to the Social Sciences. When the significance of TV programs is investigated, significant differences in the FP dimension were discovered in favor of "sports, music, and entertainment channels" and "quiz show contests" vs. "movies."

Conclusion

The current research offers several implications for further research. The widespread use of technological tools that provide access to new media content such as mobile smartphones, tablets, and computers, even in childhood, emphasizes that new media literacy skills should be acquired during childhood. Therefore, it is important to include new media literacy courses in the curricula, in addition to information technologies education, from primary school education to the completion of higher education. Instructors and educators who will provide new media literacy education should search the multifaceted dimensions, practices, and integration facilities of new media literacy into educational settings. In this direction, they should include the research they will do in their implementation settings.

There are some limitations that should be acknowledged when interpreting the results of the current research. The fact that the research data was obtained from college students limited this research to college students. Therefore, the findings from the current research cannot be generalized to all social media users. The interpretation of the research in the context of faculty domains shows that the research is limited to the faculties for which data was collected. The theoretical framework of the current research was investigated by Chen et al. (2011) in the context of FC, CC, FP, and CP skills explaining the NML structure.

Üniversite Öğrencilerinin Yeni Medya Okuryazarlığı Düzeylerinin İncelenmesi

Esra BARUT TUĞTEKİN, İnönü Üniversitesi, 0000-0003-0109-0581

Öz

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyet, fakülte alanı, sınıf ve medya kullanım özellikleri açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli temelinde gerçekleştirilmiştir. Veriler çevrim içi anket formu kullanılarak toplanmıştır. Çevrim içi veri toplama formunda, demografik bilgi soruları, medya araçları kullanımına ilişkin anket maddeleri ve Yeni Medya Okuryazarlık (YMO) Ölçeği bulunmaktadır. YMO Ölçeği; Fonksiyonel Tüketim (FT), Eleştirel Tüketim (ET), Fonksiyonel Üretim (FÜ) ve Eleştirel Üretim (EÜ) olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Araştırma, öğrenme yönetim sistemleri aracılığıyla 18-30 yaş aralığındaki ($\bar{x}=21.47$; $SS=2.07$) toplam 801 üniversite öğrencisinden elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir ($n_{kadın}=544$, [%67,9]; $n_{erkek}=257$, [%32,1]). Çalışma bulgularına göre katılımcıların YMO beceri düzeyinin; kendilerini yeni medya okuryazarı olarak değerlendirme düzeylerinden daha düşük olduğu ve anlamlı şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Cinsiyet YMO'nun alt boyutlarına göre değerlendirildiğinde; FÜ boyutu için kadınların erkeklere göre becerilerinin anlamlı şekilde yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sağlık bilimleri alanının YMO puanlarının sosyal bilimleri alanına ve fen bilimleri alanına kıyasla anlamlı şekilde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. İnternet kullanım amacına göre ise, YMO ve alt boyutlarında anlamlı farklılık olmamakla birlikte, TV programına verilen öneme göre YMO alt boyutlarından FÜ ve EÜ boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: yeni medya, yeni medya okuryazarlığı, yeni medya tüketimi, yeni medya üretimi, üniversite öğrencileri



İnönü Üniversitesi
Eğitim Fakültesi Dergisi
Cilt 22, Sayı 3, 2021
ss. 2431-2459
DOI:10.17679/inuefd.1005030

Makale Türü
Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi
05.10.2021

Kabul Tarihi
17.12.2021

Önerilen Atıf

Barut Tuğtekin, E. (2021). Üniversite öğrencilerinin yeni medya okuryazarlığı düzeylerinin incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(3), 2431-2459. DOI:10.17679/inuefd.1005030

Üniversite Öğrencilerinin Yeni Medya Okuryazarlığı Düzeylerinin İncelenmesi

Teknoloji insanların bilgiye erişme şeklini gündend güne değiştirmiştir. Bilgiye ulaşma yolları çeşitlilik kazanmış, basılı veya sanal olarak yeni olanaklar gündeme gelmiştir. Bilgiye ulaşma yolları iletişim teknolojilerinin gelişimini tetiklemekle birlikte yeni medyanın üretimine de ortam oluşturmuştur. Medya, genel olarak kitle iletişim araçları ve ortamlarını ifade etmektedir. Yeni medya ise Web 2.0 ve sonraki dönemdeki gelişmeleri de içerisine alan internet tabanlı teknolojileri ve geleneksel medya teknolojilerini kapsamaktadır. Yeni medyada geleneksel medya özelliklerine ek olarak; dijital doğa, etkileşim, toplu katılım ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin üretilmesi yer almaktadır (Chen vd., 2011). Teknolojinin döngü halinde gelişen ve ilerleyen yönü yeni medyaya farklı boyutlar kazandırmıştır. Öyle ki yeni medya sadece bilgiye ulaşmak için kullanılan bir araç ve içerik olmaktan öte, yeni bilginin oluşturulmasına olanak tanıyan işlevsel yapıları beraberinde getirmiştir. Yeni medyanın zeki oluşumu; bilgiyi sabit ve kurullarla ilerlemesinin ötesine geçirmiştir. Sayısallaştırılmış yapıda olan yeni medya içerikleri her an işlenebilir durumdadır. Öte yandan, özellikle internetin yaygınlaşması, bilginin değiştirilmesi ve yanlış bilginin hızla yayılımını kolaylaştırmıştır. Yanlış medya içerikleri sadece yetişkinler için değil gençler ve çocuklar için de ulaşılabilir hale gelmiştir. Dolayısıyla sürekli değişen ve yenilenen yeni medyanın takibi, kullanımı ve hatta üretimi için yeni becerileri gündeme getirmiştir. Bu durum ise, insanların yeni medya mesajlarından anlamlar çıkarmalarını, içerik yaratıcılarını belirlemelerini, ön yargı, yalan ve yanlış bilgilerin ayırt edebilmeleri için yeni bir okuryazarlık becerisine sahip olmayı gerektirmektedir. Küreselleşen dünyanın dijitalleşmiş ve sanallaşmış içeriklerine hâkim olmak için son yıllarda yeni medya okuryazarlığı kavramı önem kazanmıştır.

Teknolojideki gelişmelere ek olarak, Web 2.0 ve Semantik Web gibi yeniliklerle birlikte medyanın üretim yönünde de gelişmeler yaşanmıştır. Böylelikle medyanın tüketimine ek olarak medyanın üretimi de değerli hale gelmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojileri ile medya kullanımı, üretimi ve dağıtımını içeren teknik bilgi ve sosyal yapıyı bütünleştiren güncel kavram, yeni medya okuryazarlığı kavramıdır. Yeni medya okuryazarlığı geleneksel medya okuryazarlığından ayrılmaktadır. Geleneksel medya okuryazarlığı, bireylerin medya araç ve içeriklerinin doğru bir şekilde kullanılarak bilinçli bir tüketici olmalarına odaklanmaktadır (Barut Tugtekin ve Koc, 2021). Yeni medya okuryazarlığı ise; bilgisayar ve iletişim teknolojileri ile teknik bilgi ve sosyokültürel boyutların sentezlendiği, medya üretimi, dağıtımı ve kullanımı becerilerini kapsayan çok yönlü bir okuryazarlıktır (Lin vd., 2013). Yeni medya okuryazarlığı; hem basılı, televizyon ve radyo gibi geleneksel medyada hem de internet, mobil ve dijital ortamlarda uygulanabilmektedir (Literat, 2014). Bu kavram bilgi, beceri, etkinlik, uygulama ve üretme gibi alanları içermektedir. Yeni medya okuryazarlığı kavramı genel olarak dört temada açıklanabilir (Potter, 2010). Öncelikle kitle iletişim araçlarının insanlara olumsuz etkiler oluşturma potansiyelinin bulunduğu kabul edilmektedir. İkincisi, medya okuryazarlığı insanların kendilerini olası olumsuz etkilerden uzak tutmalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Üçüncüsü kimse medya okuryazarı olarak doğmayacağı için bireyin çabası ve uzmanların yönlendirmeleriyle medya okuryazarlığı becerisi sürekli olarak geliştirilmelidir. Medya türleri ve içeriklerinin sürekli değişen yapısından dolayı bilgi arama ve beceri geliştirme sürecinin bir sonu olmayacağı için kimse tamamen medya okuryazarı olmayacaktır (Shin ve Zanuddin, 2019). Son olarak ise; medya okuryazarlığı çok boyutludur. İnsanlar yeni medyadan bilişsel, duyuşsal, davranışsal veya fizyolojik açıdan

doğrudan veya dolaylı olarak etkilenebilmektedirler (Shin ve Zanuddin, 2019). Bu bakımdan yeni medya okuryazarlığı eğitimi disiplinler arası bir niteliğe sahiptir (Hobbs, 2010; Manca vd., 2021).

Bilişsel yapılandırmacı, katılımcı veya uygulamaya dayalı öğrenmeyle uyumlu olan medya okuryazarlığı; bağlamsal ve etkinlik yoluyla insanların “sözcüklerle iş yapmak” konusunda dikkat çeken bir kavramdır (Manca vd., 2021). Yeni medya çağında okuryazarlık artık kâğıt üzerindeki kalemle yazılanlarla sınırlı değildir, medya içeriğinin çeşitliliği hesaba katılarak içeriğinin oluşturulması gerekmektedir. Medyayı okumak; göstergebilim, söylem analizi ve tür araştırmasını içerirken, medyayı yazmak; medya teknolojilerini kullanma becerisini tamamlayanların üretim süreçleriyle ilgilenmektir (Parayil, 2020). Medya okuryazarlığı; medyayı arama ve erişim becerilerini, kaynakları belirlemeyi, gerçekleri kontrol etmeyi, medya içeriğinin doğruluğunu değerlendirmeyi içermektedir (Meikle, 2016). Öte yandan, yeni medya okuryazarlığı ile yeni medya eğitim teknolojileri iki ayrı varlık olarak değerlendirilmemelidir. Her ikisinin eleştirel ve pedagojik uygulamalar ve teknolojiler yoluyla bilgiyi zenginleştirmek üzere ortak epistemik düzeni paylaştığı anlaşılmalıdır (Parayil, 2020). Bu açıdan çok kültürlü bir toplumda yeni medya okuryazarlığı becerilerini kazandırmak zorluklarla mücadelede öğrencileri duyarlı hale getirmenin bir yoludur. Medya okuryazarlığı insanlar için eğlence aracı, iletişim, bilgi alma, sivil katılım ve eğitsel amaçlı olarak kendilerini güçlendirmenin bir yolu olarak önemli görülmektedir (Van Audenhove vd., 2018; Wallis ve Buckingham, 2013). Dolayısıyla insanların gün içerisinde sıklıkla yeni medyaya maruz kaldığı günümüzde, yeni medya okuryazarlığı kavramının araştırılması ve yeni medya okuryazarlığının çok yönlü boyutlarının incelenmesi önemlidir.

Yeni Medya Okuryazarlığının Kuramsal Yapısı

Medya okuryazarlığını Web 2.0 teknoloji becerileriyle bütünleştiren Chen ve diğerleri (2011) yeni medya okuryazarlığının kuramsal yapısını oluşturmuştur. Bu yapıya göre yeni medya okuryazarlığı (YMO); fonksiyonel tüketim, eleştirel tüketim, fonksiyonel üretim ve eleştirel üretim olmak üzere dört boyutta incelenmektedir.

Fonksiyonel Tüketim (FT) temelde; anlama ve tüketim becerilerini kapsamaktadır. Bireylerin medyaya erişebilmesi ve kullanabilmesinin yanında bu içeriği anlamlandırabilmesine yönelik bir boyuttur. Eleştirel Tüketim (ET); analiz, sentez ve değerlendirme becerilerini içermektedir. Medyanın farklı bağlamlarda çözümlenebilme ve değerlendirilerek yorumlanabilme yeteneğidir. Fonksiyonel Üretim (FÜ) boyutunda üretim ve dağıtım becerileri yer almaktadır. Yeni medya içerikleri oluşturmaya yönelik üretim becerilerini, farklı medya türlerini birleştirilip bütünleştirilerek yeni içerikler oluşturmayı ve diğer medya kullanıcılarına dağıtma becerilerini kapsamaktadır. Eleştirel Üretim (EÜ) boyutu ise; özgün ürünler yaratma ve iş birliğine dayalı katılım davranışı gerçekleştirme becerilerini açıklamaktadır. Bireylerin medya ortamlarında aktif olarak katılımcı kültür yapısı oluşturarak iş birliği kurmayı, kişisel fikir ve değerlerini içeren özgün medya içeriklerini geliştirebilme becerisini içermektedir (Barut Tugtekin ve Koc, 2020; Lin vd., 2013).

Yeni Medya Okuryazarlığına İlişkin Literatür Taraması

Medya açısından gençler hırslı ancak savunmasız yönlendiriciler olarak görülmektedir (Livingstone, 2018; Potter, 2013). Ortaokul öğrencileriyle medya okuryazarlığı üzerine yapılan bir çalışmada medyaya ergenlerin bilgi, yetenek ve motivasyonlarının arttığını ve medya okuryazarlığının ahlaki katılımcılığı destekleyerek iletişimsel ve eğitimsel davranışlar üzerinde

olumlu rolü olduğu görülmüştür (Festl, 2021). Ayrıca, medya okuryazarlığı becerisinin gençlerin riskli sağlık davranışlarına yönelik tutum ve niyetlerine olumlu etkisinin olduğu görülmüştür (Vahedi vd., 2018). Ortaöğretim gençleriyle araştırma yapan Leyn ve diğerleri (2021); dijital yerliler öğretmenlerini medya konusunda eğitime yeteneklerine ilişkin yaşlarını eleştirmekle birlikte, okul ortamının medya okuryazarlığı eğitimi için uygun bir ortam olduğunu belirtmektedirler. Üniversite öğrencilerinin yeni medya okuryazarlığı becerileri üzerine de alanyazında pek çok çalışma bulunmaktadır. Üniversite öğrencileri, geleneksel medya aracı olarak televizyonu güvenilir bir araç olarak görmelerinin yanında bu kişilerde çevrim içi ortamdan kaynaklanan yalan ve yanlış bilgilerin çoğalmasından dolayı gerçekleri arama kaygısının olduğu belirlenmiştir (Silveira, 2020). Bunlardan Syam ve Nurrahmi'nin (2020) çalışmasına göre üniversite öğrencilerinin hemen hepsinin yeni medya kullanımına ilişkin iyi bir beceri göstermelerine rağmen sahte ve gerçek bilgiyi ayırt etmede yeni medya okuryazarlığı becerilerinin düşük olduğu görülmüştür. Öğrencilerin, paylaşımları sebepsiz yere veya kendilerini memnun etmek için yaptıkları belirlenmiştir. Medya araçları ve internet ortamlarında geçirilen zaman arttıkça medya okuryazarlığı becerisinin arttığı gözlenmiştir (Balaban-Sali, 2012). Yaşlı grupların medya okuryazarlığı üzerine yapılan çoğu araştırmada ise, medya okuryazarlığı medya erişimi ve kullanımı gibi geleneksel boyut çerçevesinde değerlendirilmiştir (Koltay, 2016; Rasi ve Kilpeläinen, 2015). Bununla birlikte yaşlıların medyada sunulan çevrim içi haberlerin ve sağlık bilgilerinin güvenilirliğine dair medya içeriğini anlama, analiz etme ve değerlendirme konusundaki yetersizliğine dikkat çekilmiştir (Eronen vd., 2019; Guess vd., 2019). Alanyazında yeni medya okuryazarlığına ilişkin yapılan araştırmalar incelendiğinde yeni medya okuryazarlığının tüm yaş grupları için çeşitli olumlu etkilerinin olduğu görülmektedir. Öte yandan, dijital okuryazarlık ve YMO beceri düzeyinin düşük olması internet bağımlılığına ve sorunlu medya kullanımına neden olabilmektedir (Korkmaz vd., 2018; Kul, 2020). Yeni medya araçlarının kullanım sıklığının dünya genelinde artış göstermesi durumu ele alındığında (We Are Social, 2021), internet ve yeni medyaya ayrılan zamanın artması bireyleri çoklu görev yapmaya (multi-tasking) yöneltmektedir (Tuğtekin, 2020). Dolayısıyla medyada çoklu görev davranışı zihinsel gezinmeyi artırmakta ve bireyin odaklanmasını azaltmaktadır (Alghamdi vd., 2020). Bu durum ise öğrenme ortamlarında genç yetişkinler arasında sıklıkla karşılaşılan çoklu görev davranışı nedeniyle öğrenme sürecinin sekteye uğramasına neden olabilmektedir (Lau, 2017; le Roux vd., 2021). Ayrıca yeni medyanın dinamik yapısı yeni medyayla artış gösteren aşırı bilgi miktarı ve bilinçsiz medya tüketimi sosyal ağ tükenmişliği gibi olumsuz sonuçlara da neden olabilmektedir (Tuğtekin vd., 2020).

Yeni medya okuryazarlığı araştırmalarında vatandaşlar, öğrenciler, tüketiciler, liderler, uzmanlar, işçiler, ebeveynler, emekliler, yaşlılar ve boş zaman kullanıcıları gibi çoklu yaşam rollerindeki insanların hedef alınması önerilmektedir (Rasi, Vuojärvi ve Rivinen, 2021). Bu bağlamda çeşitli meslek gruplarını ele almak üzere bu araştırmada üniversitedeki farklı fakülte alanları ve sınıf düzeyinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin yeni medya okuryazarlığı becerilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Diğer taraftan alanyazında çalışmaların çoğu medya okuryazarlığı üzerine odaklanırken yeni medyanın eklediği üretim becerilerini kapsayan yeni medya okuryazarlığına ilişkin çalışmalar sınırlıdır. Ayrıca yeni medya okuryazarlığı çoğu zaman genel çerçevede ele alınmış, beceri alanlarının türlerine ise odaklanılmamıştır. Bu açıdan yeni medya okuryazarlığını oluşturan Fonksiyonel Tüketim, Eleştirel Tüketim, Fonksiyonel Üretim ve Eleştirel Üretim gibi alt beceri alanlarını da içeren yeni medya okuryazarlığına ilişkin düzeylerin incelenmesi bağlamında literatürde eksiklik bulunmaktadır. Digital 2021 (We Are Social, 2021)

raporuna göre dünya popülasyonunun %59,5'i internet kullanıcısı, %53,6'sı ise aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Dünya nüfusunun %92,6'sı ise mobil cihazlarla internete bağlı durumdadır. Son bir yıl içerisindeki değişime bakıldığında ise internet kullanıcı sayısı %7,3 ve aktif sosyal medya kullanıcısı sayısı ise %13,2 oranında artmıştır. Dünya genelinin günlük olarak medyada harcadıkları zamanın ortalaması incelendiğinde ise; internette harcanan zaman ortalama 6 saat 54 dk., TV'de harcanan zaman ortalama 3 saat 24 dk., sosyal medyada harcanan zaman 2 saat 25 dk., basılı medyada harcanan zaman ise ortalama 2 saat 2 dk. şeklindedir. Sosyal medyayı kullananların yaş aralıkları incelendiğinde ise dünya nüfusunun %25,2'sini 18-24 yaş aralığı ve %32,2'sini ise 25-34 yaş aralığındaki genç grup oluşturmaktadır (We Are Social, 2021). Dolayısıyla Digital 2021 raporuna göre 18-34 yaş aralığının yeni medya araçlarını kullanım sıklıkları göz önüne alındığında, bu yaş grubunun yoğunlukla bulunduğu üniversite öğrencilerinin yeni medya okuryazarlıklarının incelenmesi bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bu bağlamda, mevcut araştırmada aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

1. Üniversite öğrencilerinin yeni medya kullanım özellikleri nelerdir ve yeni medya kullanım özellikleri arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?
2. Üniversite öğrencilerinin kendilerini yeni medya okuryazarı olarak değerlendirme düzeyleri ile yeni medya okuryazarlığı beceri düzeyleri arasında farklılık bulunmakta mıdır?
3. Üniversite öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeyleri cinsiyete, fakülte alanına, sınıf düzeyine, izlediği TV program türüne, internet kullanım amacına göre farklılaşmakta mıdır?

Yöntem

Üniversite öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi için, bu araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modelinden yararlanılmıştır. İlişkisel tarama modeli ile değişkenlerin istatistiksel olarak betimlenmesi ve değişkenler arası ilişki ve olası farklılıkların belirlenmesi amaçlanmıştır (Fraenkel, Wallen, & Hyun, 2012). Bu araştırma için etik kurul izni İnönü Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulundan alınmış ve etik yönden araştırma uygun bulunmuştur. Ayrıca çalışma konusu üzerinde İnönü Üniversite genelinde araştırma izni alınarak konunun araştırılması uygun görülmüştür.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak çevrim içi anket formu kullanılmıştır. Çevrim içi veri toplama aracında demografik bilgi soruları, çeşitli yeni medya araçları kullanımına ilişkin anket maddeleri ve Yeni Medya Okuryazarlık (YMO) Ölçeği (Koc ve Barut, 2016) bulunmaktadır. YMO Ölçeği; Fonksiyonel Tüketim (FT), Eleştirel Tüketim (ET), Fonksiyonel Üretim (FÜ) ve Eleştirel Üretim (EÜ) olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Kesinlikle Katılmıyorum (1)'den Kesinlikle Katılıyorum (5)'a doğru beşli likert yapıda ilerleyen ölçekte toplam 35 madde bulunmaktadır. Ölçeğin orijinal formunun Cronbach's Alpha (α) iç tutarlılık katsayı değeri 0,95 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin alt faktörlerine ait Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayı değerleri ise, FT için (0,85), ET için (0,87), FÜ için (0,89) ve EÜ için (0,93) hesaplanmıştır (Koc ve Barut, 2016). Ölçekten alınan puanların yükselmesi, YMO düzeyinin artışı göstermektedir.

Bu araştırmada elde edilen verilere göre YMO leğine ait iç tutarlılık katsayı değerleri hesaplanmıştır (0,957). Ölçeğin alt faktörlerine ilişkin Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayıları ise, FT (0,844), ET (0,917), F (0,891) ve E (0,858) için hesaplanmış ve yeterli bulunmuştur. Bu açıdan ölçeğin güvenilir bir modele sahip olduğu söylenebilir.

Çalışma Grubu

Araştırma İnönü niversitesinde 2020-2021 bahar döneminde öğrenim görmekte olan lisans öğrencileriyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya ğrenme yönetim sistemleri üzerinden çevrim içi anket formuna farklı fakültelerden gönüllü olarak toplam 827 niversite ğrencisi katılım sağlamıştır. Veri analizine başlamadan önce YMO leğinin dört faktörü için çok değişkenli u değer analizi olarak Mahalanobis uzaklığı hesaplanmıştır. Dört faktörün anlamlılık düzeyi 0,01 kriter alınarak ki-kare değerı 13,277'den büyük olan 26 katılımcıdan elde edilen verilen veri setinden çıkarılmıştır. Böylece araştırma 18-30 yaş aralığındaki ($\bar{x}=21,47$; $SS=2,07$) toplam 801 niversite öğrencisinden elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir ($n_{kadın}=544$, [%67,9]; $n_{erkek}=257$, [%32,1]). Katılımcıların ğrenim gördükleri çok sayıda fakülte bulunduğundan fakülteler, bu araştırma kapsamında öğrencilerin niversiteye yerleşimde alındıkları puan türü ve temel alanlarına göre gruplandırılmıştır. Fakülteler puan türü ve temel alanlarına göre; İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İletişim Fakültesi, Hukuk Fakültesi ve İlahiyat Fakültesi gruplandırılarak sosyal bilimler alanı olarak; Mühendislik Fakültesi, Eğitim Fakültesi ve Fen Fakültesi gruplandırılarak fen bilimleri alanı olarak; Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Fakültesi, Diş Hekimliği Fakültesi ve Eczacılık Fakültesi ise sağlık bilimleri alanı olarak gruplandırılmıştır. Katılımcılara yönelik betimsel veriler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1

Katılımcıların betimsel özellikleri

	<i>Kadın</i>		<i>Erkek</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Fakülte Alanları						
Sosyal Bilimler	159	29,2	95	37,0	254	31,7
Sağlık Bilimleri	197	36,2	53	20,6	250	31,2
Fen Bilimleri	188	34,6	109	42,4	297	37,1
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0
Sınıf						
1. Sınıf	162	29,8	87	33,9	249	31,1
2. Sınıf	160	29,4	68	26,5	228	28,5
3. Sınıf	107	19,7	39	15,2	146	18,2
4. Sınıf	115	21,1	63	24,5	178	22,2
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0
Sürekli internet erişiminiz var mı?						
Evet	428	78,7	191	74,3	619	77,3
Hayır	116	21,3	66	25,7	182	22,7
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0

Sürekli takip ettiğiniz bir gazete-haber aracı var mı?

Evet	302	55,5	134	52,1	436	54,4
Hayır	242	44,5	123	47,9	365	45,6
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0
Kaç farklı sosyal medya hesabınız var?						
1	142	26,1	70	27,2	212	26,5
2	128	23,5	60	23,3	188	23,5
3	114	21,0	46	17,9	160	20,0
4	68	12,5	29	11,3	97	12,1
5 ve daha fazlası	92	16,9	52	20,2	144	18,0
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0

Fakülte alanlarına göre katılımcıların 254'ü (%31,7) sosyal bilimler alanından, 250'si (%31,2) sağlık alanından ve 297'si ise (%37,1) fen bilimleri alanından katılım sergilemişlerdir.

Katılımcıların cinsiyete göre internet, televizyon (TV), radyo ve basılı gazete gibi medya araçlarına yönelik kullanım sıklıkları Tablo 2'de incelenmiştir.

Tablo 2

Medya araçları kullanım sıklığı

	<i>Kadın</i>		<i>Erkek</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
İnternet						
Günde 1 saatten az	14	2,6	14	5,4	28	3,5
Günde 1-3 saat	115	21,1	73	28,4	188	23,5
Günde 3-5 saat	221	40,6	84	32,7	305	38,1
Günde 5 saatten fazla	194	35,7	86	33,5	280	35,0
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0
TV						
Hiç	112	20,6	74	28,8	186	23,2
Günde 1 saatten az	244	44,9	122	47,5	366	45,7
Günde 1-3 saat	148	27,2	52	20,2	200	25,0
Günde 3-5 saat	40	7,4	9	3,5	49	6,1
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0
Radyo						
Hiç	432	79,4	219	85,2	651	81,3
Günde 1 saatten az	84	15,4	32	12,5	116	14,5
Günde 1-3 saat	26	4,8	5	1,9	31	3,9
Günde 3-5 saat	2	,4	1	,4	3	,4
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0
Basılı Gazete						
Hiç	468	86,0	216	84,0	684	85,4

Günde 1 saatten az	62	11,4	37	14,4	99	12,4
Günde 1-3 saat	9	1,7	4	1,6	13	1,6
Günde 3-5 saat	5	,9	257	100,0	5	,6
Toplam	544	100,0	216	84,0	801	100,0

Katılımcıların medya araçlarını kullanım sıklıkları incelendiğinde “Günde 5 saatten fazla” düzeyde sadece internet kullanımının olduğu, diğer medya araçlarının bu sıklıkta kullanılmadığı görülmektedir (Tablo 2). Ayrıca internet kullanımında büyük çoğunluğun “Günde 3-5 saat arası” kullandığı (%38,1), TV kullanımında en çok “Günde 1 saatten az” kullanıldığı (%45,6), radyo (%81,3) ve basılı gazete (%85,4) kullanımında ise çoğunluğun “Hiç” kullanmadığı belirlenmiştir.

Katılımcıların internet kullanım amacı ve TV’de izlenen programlara yönelik betimsel istatistikleri Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3

İnternet kullanım amacı ve TV’de izlenen programlara yönelik betimsel özellikler

	<i>Kadın</i>		<i>Erkek</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?						
Araştırma ve bilgilendirme amaçlı	242	44,5	109	42,4	351	43,8
Eğlence amaçlı	165	30,3	107	41,6	272	34,0
İletişim amaçlı	137	25,2	41	16,0	178	22,2
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0
TV’de izlediğiniz programlardan sizin için en önemlisini işaretleyiniz.						
Haber programları	148	27,2	75	29,2	223	27,8
Belgesel	104	19,1	38	14,8	142	17,7
Diziler	89	16,4	19	7,4	108	13,5
Spor, müzik ve eğlence programları	47	8,6	56	21,8	103	12,9
Bilgi-kültür yarışmaları	72	13,2	17	6,6	89	11,1
Filmler	54	9,9	27	10,5	81	10,1
Diğer	30	5,5	25	9,7	55	6,9
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0

Katılımcıların interneti en çok “Araştırma ve bilgilendirme amaçlı” olarak kullandığı Tablo 3’te görülmektedir (%43,8). Katılımcılar tarafından TV’de izlenen programlardan ise en çok “Haber programlarına” önem verildiği görülmüştür (%27,8).

Katılımcıların yeni medya okuryazarlık düzeylerine ilişkin anket maddelerine verdikleri yanıtlar Tablo 4’te yer almaktadır.

Tablo 4*Yeni medya okuryazarlığına yönelik anket maddelerine verilen yanıtlar*

	<i>Kadın</i>		<i>Erkek</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Sosyal medyada kullandığınız kimlikler sizi gerçekten ne kadar tanımlıyor?						
Hiçbir zaman	32	5,9	24	9,3	56	7,0
Bazen	146	26,8	76	29,6	222	27,7
Çoğunlukla	366	67,3	157	61,1	523	65,3
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0
İnternet üzerinden tanıştığınız kişilerin gerçek ve güvenilir olduğunu düşünür müsünüz?						
Hiçbir zaman	319	58,6	83	32,3	402	50,2
Bazen	196	36,0	140	54,5	336	41,9
Çoğunlukla	29	5,3	34	13,2	63	7,9
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0
İnternette gördüğünüz ilginç bulduğunuz şeylerin doğruluğunu araştırıp teyit etmeden arkadaşlarınızla paylaşmısınız?						
Hiçbir zaman	205	37,7	127	49,4	332	41,4
Bazen	241	44,3	88	34,2	329	41,1
Çoğunlukla	98	18,0	42	16,3	140	17,5
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0
Yeni medya okuryazarlığı becerinizi nasıl değerlendirirsiniz?						
1 (Düşük Düzeyde)	44	8,1	31	12,1	75	9,4
2	91	16,7	27	10,5	118	14,7
3	272	50,0	113	44,0	385	48,1
4	113	20,8	68	26,5	181	22,6
5 (Yüksek Düzeyde)	24	4,4	18	7,0	42	5,2
Toplam	544	100,0	257	100,0	801	100,0

Katılımcıların yeni medya okuryazarlığına yönelik anket maddelerine verdikleri yanıtlar incelendiğinde katılımcıların sosyal medya hesaplarındaki sanal kimliklerinin %65,3 oranla "Çoğunlukla" kendilerini gerçekten tanımladıklarını ifade etmişlerdir. Diğer yandan internet üzerinden tanıştıkları kişilerin gerçek ve güvenilir olduğunu %50,2 oranla "Hiçbir zaman" şeklinde yanıtlamışlardır. Buna göre katılımcıların kendileri sanal kimliklerini büyük oranla gerçek olarak tanımladıklarını belirtirken, diğer kullanıcıların sanal kimliklerinin gerçek ile uyumlu olmadığı şeklinde değerlendirdikleri anlaşılmaktadır. İnternetteki içeriklerin doğruluğuna olan güvenirliliğe bakıldığında ise %41,4 oranla "Hiçbir zaman" ve %41,1 oranla "Bazen" olarak yanıtlamışlardır. Katılımcıların kendilerini yeni medya okuryazarı olarak değerlendirme düzeyleri 1'den 5'e doğru değerlendirmeleri incelendiğinde ise %48,1'inin ortalama düzeyde (3) ve %22,6'sının iyi düzeyde (4) olduğu görülmektedir (Tablo 4).

Bulgular

Katılımcıların YMO düzeylerinin incelenmesi

Katılımcıların YMO ve YMO'nun alt boyutlarına ilişkin beceri düzeylerinin belirlenebilmesi için Tablo 5'te ortalama puanları hesaplanmıştır.

Tablo 5

YMO düzeyine yönelik ortalama puanlar

	<i>n</i>	En Düşük	En Yüksek	\bar{x}	SS
FT	801	7,00	35,00	20,56	5,99
ET	801	11,00	55,00	32,08	9,67
FÜ	801	7,00	35,00	20,13	6,64
EÜ	801	10,00	44,00	29,19	7,17
YMO	801	37,00	160,00	101,95	25,37

YMO ölçeğinin tamamından en az 35 en fazla 175 puan alınabilmektedir. Katılımcıların YMO genel düzeylerine bakıldığında toplam puanlarının ortalamaları 101,95 olarak belirlenmiştir. Bu açıdan ortalamanın üzerinde YMO beceri düzeyine sahip oldukları söylenebilir. YMO'nun alt boyutlarına ilişkin katılımcıların düzeyleri incelendiğinde katılımcıların ortalamanın üzerinde beceri düzeylerine sahip oldukları anlaşılmaktadır. YMO alt boyutlar arası karşılaştırma yapıldığında ise en düşük ortalamanın FÜ boyutuna ait olduğu görülmektedir (Tablo 5).

Üniversite öğrencilerinin kendilerini yeni medya okuryazarı olarak değerlendirme düzeyleriyle YMO beceri düzeyleri arasındaki ilişki

Üniversite öğrencilerinin kendilerini yeni medya okuryazarı olarak değerlendirme düzeyleriyle YMO beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi için basit doğrusal korelasyon analizi uygulanmıştır (bkz. Tablo 6). Analiz sonuçlarına göre aralarındaki ilişkinin düşük düzeyde, negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ($r=-0,152$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinin kendilerini yeni medya okuryazarı değerlendirme düzeyleri ile YMO ölçeği toplam puanları arasındaki farklılığı belirlemek için ise bağımlı örneklem t-testi yapılmıştır. Katılımcıların sahip olduklarını düşündükleri yeni medya okuryazarlığı düzeyi ile YMO beceri ölçeğinden aldıkları puanlar karşılaştırıldığında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($t_{(800)}=-109,650$; $p<0,01$; $\eta_p^2=0,046$). Buna göre katılımcıların gerçek YMO beceri düzeyinin; kendilerini yeni medya okuryazarı görme düzeylerinden daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Yeni medya kullanım özelliği ile YMO düzeyleri arasındaki ilişki

Katılımcıların medya kullanım özellikleri; internet, TV, radyo ve basılı gazete kullanım sıklığına ek olarak sanal kimliğin uyumluluk düzeyi (Sosyal medyada kullandığınız kimlikler sizi gerçekten ne kadar tanımlıyor?), diğer kullanıcıların kimliğine yönelik güven (İnternet üzerinden tanıştığınız kişilerin gerçek ve güvenilir olduğunu düşünür müsünüz?), internet içeriklerine güven (İnternette gördüğünüz ilginç bulduğunuz şeylerin doğruluğunu araştırıp teyit etmeden arkadaşlarınızla paylaşır mısınız?) ve YMO öz beceri düzeyi (Yeni medya okuryazarlığı becerinizi nasıl değerlendirirsiniz?) değişkenlerinden oluşmaktadır. Burada incelenen medya kullanım

özelliklerinin YMO ve alt boyutlarıyla olan ilişkisini belirlemek için basit doğrusal korelasyon analizi uygulanmıştır (Tablo 6).

Tablo 6

Medya kullanım özellikleri ile YMO ve alt boyutları arasındaki ilişki

	Sanal kimliğin uyumluluğu	Diğerlerinin kimliğine güven	İnternet içeriklerine güven	FT	ET	FÜ	EÜ	YMO
İnternet	,159**	,047	,009	-,097**	-,042	-,067	-,005	-,058
Televizyon	,083*	-,074*	,108**	,045	,070*	,015	,067	,060
Radyo	,042	,038	,003	,020	,026	,036	,007	,026
Basılı Gazete	-,016	-,020	,043	,005	,038	-,011	,022	,019
Sanal kimliğin uyumluluğu	-	,136**	,008	-,073*	-,057	-,094**	-,046	-,076*
Diğerinin kimliğine güven		-	,107**	-,025	-,017	-,036	-,017	-,026
İnternet içeriklerine güven			-	,057	,079*	,052	,045	,070*
YMO öz beceri				-,154**	-,144**	-,154**	-,072*	-,152**

*p<0,05, **p<0,01

Tablo 6'daki bulgulara göre medya araçlarından internet kullanım sıklığı ile FT arasında düşük düzeyde ve negatif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre internet kullanım sıklığı arttıkça fonksiyonel tüketim becerileri azalmaktadır. Televizyon kullanım sıklığı ile ET arasında ise düşük düzeyde ve pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre TV kullanım sıklığı arttıkça eleştirel tüketim becerilerinin de benzer şekilde arttığı söylenebilir. "Sanal kimliğin gerçekliği" ile YMO, FT ve FÜ boyutları arasında negatif yönlü ve düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki, "internet içeriklerine güven" ile YMO ve ET arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı ilişki ve katılımcıların kendilerine ilişkin "YMO öz beceri" değerlendirmesi ile YMO ve alt boyutların tamamında negatif yönlü ve düşük düzeyde olmak üzere istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır.

YMO ve alt boyutlarının; cinsiyete, fakülte alanına, sınıf düzeyine, internet kullanım amacına ve TV program türüne göre incelenmesi

Araştırma sorusuna yönelik analizler yapılmadan öncelikle ilgili analizlere yönelik ön koşullar incelenmiştir. Tüm değişkenler için tek değişkenli normallik değerleri $\pm 1,5$ aralığında

değişmektedir. Çok değişkenli normalliğin incelenmesi için ise araştırmanın veri toplama aşamasından sonra Mahalanobis uzaklığı değerleri hesaplanmış ve uç değerler olduğu belirlenen veriler, veri setinden çıkarılmıştır. Ayrıca araştırma sorularını yanıtlamaya yönelik yapılan her testin gerektiği şekilde ön koşulları incelenerek ilgili analizler gerçekleştirilmiştir.

Cinsiyet değişkenine göre YMO düzeylerinin incelenmesi

Üniversite öğrencilerinin YMO toplam puanlarının cinsiyete göre incelenmesi için bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. İlgili sonuçlar Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7

Cinsiyete göre YMO düzeyindeki değişim

	Grup	n	\bar{x}	SS	Sd	t	p<	η^2	Güç
YMO	Kadın	544	102,978	24,676	799	1,670	,095	,003	,385
	Erkek	257	99,774	26,711					

Cinsiyet değişkenine göre YMO toplam puanlarındaki değişim incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmüştür ($t_{(799)}=1,670$, $p>0,05$).

Üniversite öğrencilerinin YMO’nun alt boyutlarının toplam puanlarının cinsiyete göre incelenmesi için MANOVA uygulanmıştır (Tablo 9). MANOVA öncesinde ön koşullar incelenmiştir. Cinsiyete göre YMO alt boyutlarına yönelik saçılım grafikleri değerlendirilmiş ve dağılımlarının doğrusal olduğu görülmüştür. YMO alt boyutlarının ikili korelasyon değerlerinin 0,90’dan yüksek olmadığı ve değişkenler arasında anlamlı ilişkiler bulunduğu için teklik ve çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı anlaşılmıştır (Tablo 8). Ayrıca varyans matrisinin homojenliğini belirlemek üzere Box’s-M testi sonucu incelenmiş homojenlik şartının sağlandığı ($p>0,05$) belirlenmiştir. Sonrasında cinsiyete göre FT, ET, FÜ ve EÜ’nün incelenmesi amacıyla MANOVA yapılmış ve Levene Test istatistikleri dikkate alınarak değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir (Tablo 9).

Tablo 8

YMO ve alt boyutları arasındaki ilişki

	ET	FÜ	EÜ	YMO
FT	,754**	,612**	,541**	,836**
ET	-	,659**	,628**	,909**
FÜ		-	,679**	,849**
EÜ			-	,828**

** $p<0.001$

Tablo 9

Cinsiyete göre YMO alt boyutlarındaki farklılık

Varyansın Kaynağı	Bağımlı Değişken	KT	Sd	KO	F	p	η_p^2	Güç
Cinsiyet	FT	81,267	1	81,267	2,270	,132	,003	,325

	ET	265,455	1	265,455	2,847	,092	,004	,392
	FÜ	213,515	1	213,515	4,863	,028*	,006	,596
	EÜ	5,782	1	5,782	,112	,738	,000	,063
Hata	FT	28610,398	799	35,808				
	ET	74494,051	799	93,234				
	FÜ	35084,240	799	43,910				
	EÜ	41169,374	799	51,526				
Toplam	FT	28691,665	800					
	ET	74759,506	800					
	FÜ	35297,755	800					
	EÜ	41175,156	800					

MANOVA sonucuna göre FÜ boyutu için istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir (Wilks' Lambda=0,990; $F_{(4-796)}=2,038$; $p=0,087$; $\eta_p^2=0,010$). Kısmi etki büyüklükleri incelendiğinde cinsiyete göre FÜ'nün etki büyüklüğünün düşük düzeyde etkiye sahip olduğu görülmektedir (Huck, 2012). Cinsiyetin hangi grubunun lehine farklılığın olduğunu belirlemek için ortalamalar incelendiğinde kadınların ($\bar{x}=20,483$; $SS=6,472$) erkeklere göre ($\bar{x}=19,377$; $SS=6,942$) FÜ becerilerinin anlamlı şekilde yüksek olduğu anlaşılmaktadır (Tablo 9).

Fakülte alanına ve sınıfına göre YMO düzeyleri

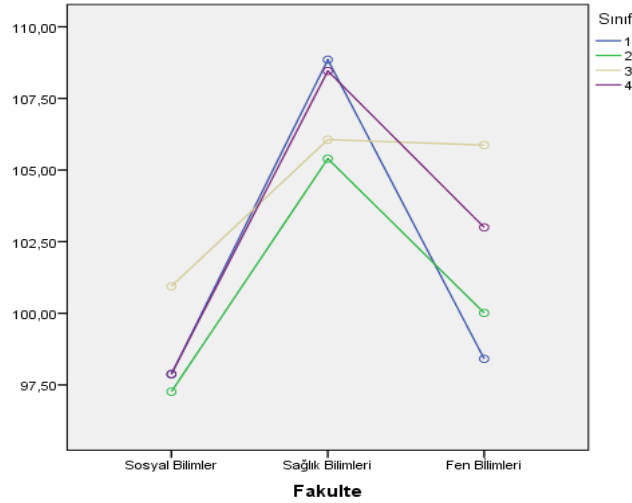
Üniversite öğrencilerinin YMO'nun toplam puanlarının fakülte alanına ve sınıf düzeyine göre incelenebilmesi için Çift yönlü ANOVA uygulanmıştır (Tablo 10). ANOVA için Levene Test değeri 0,06 olduğundan ilgili ön koşul sağlanmıştır.

Tablo 10

Fakülte alanı ve sınıfa göre YMO düzeyindeki farklılık

Varyansın Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p	η_p^2	Güç
Fakülte Alanı	9210,093	2	4605,046	7,242	,001**	,018	,935
Sınıf	1201,928	3	400,643	,630	,596	,002	,183
Fakülte Alanı * Sınıf	1894,360	6	315,727	,497	,811	,004	,203
Hata	501679,679	789	635,842				
Toplam	515070,002	800					

Tablo 10'a göre fakülte alanı ve sınıf düzeyinin ortak etkileşimi YMO üzerinde anlamlı şekilde fark göstermemiştir ($F_{(6,789)}=0,497$; $p>0,05$; $\eta_p^2=0,004$). Fakülte alanına göre ise YMO'nun anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür ($F_{(2,789)}=7,242$; $p<0,05$; $\eta_p^2=0,018$). Gruplar arasındaki karşılaştırmalar yapılırken Tip-1 hatadan kaçınmak için Bonferroni düzeltmesi yapılmış ve anlamlılık değeri grup sayısına bölünerek ($p=0,05/3=0,017$) olarak değerlendirilmiştir. Gruplar arası karşılaştırmada post-hoc testlerinden sıkı bir test olan Bonferroni Testi değerlendirildiğinde sağlık bilimleri alanının sosyal bilimleri alanına kıyasla ($p<0,001$) ve fen bilimleri alanına ($p<0,017$) kıyasla sağlık bilimleri lehine anlamlı şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Gruplar arasındaki fark durumları Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1

Fakülte alanı ve sınıflara göre YMO düzeylerindeki değişim

Üniversite öğrencilerinin YMO'nun alt boyutlarının toplam puanlarının fakülte alanı ve sınıflarına göre incelenebilmesi için MANOVA uygulanmıştır (Tablo 11). Fakülte alanı ve sınıf düzeyine göre YMO alt boyutlarına yönelik saçılım grafikleri incelenmiş ve dağılımlarının doğrusal olduğu görülmüştür. YMO alt boyutları arasında orta düzeyde anlamlı ilişkiler bulunduğu için çoklu doğrusal bağıntı şartını sağladığından teklik sorununun olmadığı anlaşılmıştır. Ayrıca varyans matrisinin homojenliğini belirlemek üzere Box's-M test sonucu incelenmiş ve homojenlik şartının sağlandığı ($p=0,131$) belirlenmiştir. Sonrasında fakülte alanına göre FT, ET, FÜ ve EÜ'nün incelenmesi amacıyla MANOVA yapılmış ve Levene Test koşulu dikkate alınarak değerlendirme yapılmıştır.

Tablo 11

Fakülte alanı ve sınıflara göre YMO'nun alt boyutlarındaki farklılık

Varyansın Kaynağı	Bağımlı Değişken	KT	Sd	KO	F	p<	η_p^2	Güç
Fakülte Alanı	FT	724,116	2	362,058	10,349	,000**	,026	,988
	ET	709,351	2	354,676	3,832	,022*	,010	,696
	FÜ	404,673	2	202,337	4,601	,010**	,012	,779
	EÜ	559,997	2	279,998	5,465	,004**	,014	,849
Sınıf	FT	22,557	3	7,519	,215	,886	,001	,091
	ET	240,654	3	80,218	,867	,458	,003	,240
	FÜ	109,328	3	36,443	,829	,478	,003	,231
	EÜ	121,321	3	40,440	,789	,500	,003	,221
Ortak Etkileşim	FT	174,193	6	29,032	,830	,547	,006	,332
	ET	535,398	6	89,233	,964	,449	,007	,385
	FÜ	108,637	6	18,106	,412	,871	,003	,172
	EÜ	119,158	6	19,860	,388	,887	,003	,164
Hata	FT	27603,704	789	34,986				

	ET	73033,884	789	92,565
	FÜ	34694,302	789	43,972
	EÜ	40427,252	789	51,239
	FT	28691,665	800	
Toplam	ET	74759,506	800	
	FÜ	35297,755	800	
	EÜ	41175,156	800	

Fakülte alanı ve sınıf düzeyinin ortak etkileşiminin YMO'nun alt boyutlarına ilişkin MANOVA sonucuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bununla birlikte fakülteye göre; YMO alt boyutlarında (Wilks' Lambda=0,967; $F_{(2-789)}= 3,295$; $p=0,001$; $\eta_p^2=0,016$) istatistiksel olarak anlamlı farklılık belirlenmiştir. Kısmi etki büyüklüğü incelendiğinde fakülte alanına göre YMO alt boyutlarının tamamında etki büyüklüklerinin düşük düzeyde bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Huck, 2012). Gruplar arasındaki karşılaştırmalar yapılırken Tip-1 hatadan kaçınmak için Bonferroni düzeltmesi yapılmış ve anlamlılık değeri grup sayısına bölünerek ($p=0,05/3=0,017$) olarak değerlendirilmiştir. Fakülte alanına ilişkin gruplar arası karşılaştırmalar incelendiğinde ise FT ve ET boyutunda sağlık bilimleri alanının sosyal ve fen bilimlerine kıyasla sağlık bilimleri lehine istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı ($p<0,001$), FÜ ve EÜ boyutunda ise sosyal bilimleri alanına göre sağlık bilimleri alanının lehine istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı ($p<0,001$) görülmüştür.

İnternet kullanım amacı ve TV programına verilen öneme göre YMO düzeyleri

Üniversite öğrencilerinin YMO'nun toplam puanlarının internet kullanım amacı ve TV programına verilen öneme göre incelenebilmesi için tek yönlü ANOVA gerçekleştirilmiştir (Tablo 12). ANOVA için Levene Test değerleri internet kullanım amacı için 0,336 ve TV programına verilen öneme göre 0,071 olarak hesaplanmış olup varyans eşleşliğine yönelik önkoşul sağlanmıştır.

Tablo 12

İnternet kullanım amacı ve TV programına verilen öneme göre YMO düzeylerindeki farklılık

Varyansın Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p	η_p^2	Güç
<i>İnternet kullanım amacı</i>							
Gruplar arası	177,808	2	88,904	,138	,871	,001	,071
Grup içi	514892,194	798	645,228				
Toplam	515070,002	800					
<i>TV programı</i>							
Gruplar arası	6778,647	6	1129,774	1,765	,103	,013	,670
Grup içi	508291,356	794	640,165				
Toplam	515070,002	800					

Tablo 12'ye göre internet kullanım amacına ($F_{(2,798)}=0,138$; $p>0,05$; $\eta_p^2=0,001$) ve TV programına verilen öneme ($F_{(6,794)}=1,765$; $p>0,05$; $\eta_p^2=0,013$) göre YMO puanlarında anlamlı şekilde farklılık bulunmadığı görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin YMO'nun alt boyutlarının toplam puanlarının internet kullanım amacı ve TV programına verilen öneme göre incelenebilmesi için MANOVA uygulanmıştır (Tablo 13). İnternet kullanım amacı ve TV programına verilen öneme göre YMO alt boyutlarına yönelik saçılım grafikleri incelenmiş ve dağılımlarının doğrusal olduğu görülmüştür. YMO alt boyutları arasında orta düzeyde anlamlı ilişkiler bulunduğundan çoklu doğrusal bağıntı şartını sağladığından teklik sorununun olmadığı görülmüştür. Ayrıca varyans matrisinin homojenliğini belirlemek üzere Box's M test sonucu incelenmiş ve internet kullanım amacına göre $p=0,36$ ve TV programına verilen öneme göre $p=0,206$ olup, istatistiksel olarak anlamsız olduğundan homojenlik şartının sağlandığı belirlenmiştir. Sonrasında internet kullanım amacı ve TV programına verilen öneme göre FT, ET, FÜ ve EÜ'nün incelenmesi amacıyla tek yönlü MANOVA yapılmış ve Levene Test koşulları dikkate alınarak değerlendirmeler yapılmıştır.

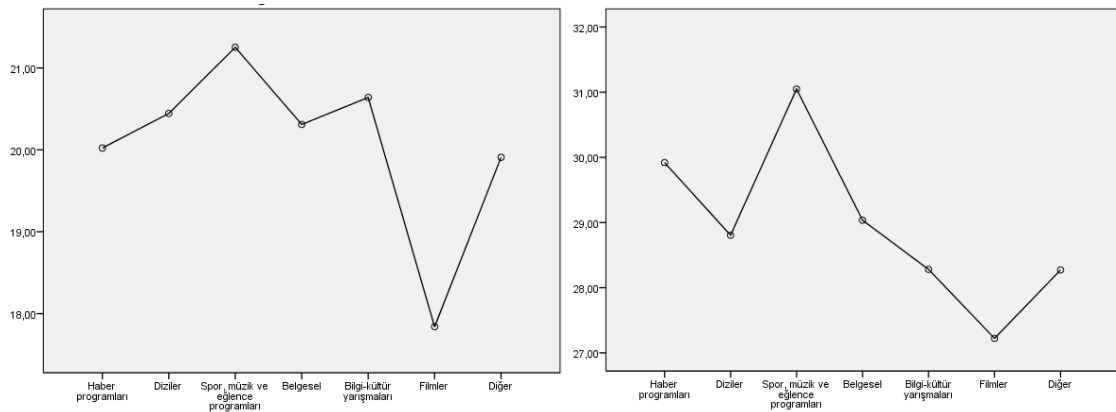
Tablo 13

İnternet kullanım amacı ve TV programına verilen öneme göre YMO'nun alt boyutlarındaki farklılık

Varyansın Kaynağı		Bağımlı Değişken	KT	Sd	KO	F	p<	η_p^2	Güç
İnternet amacı	kullanım	FT	,077	2	,039	,001	,999	,000	,050
		ET	25,008	2	12,504	,134	,875	,000	,071
		FÜ	72,133	2	36,066	,817	,442	,002	,190
		EÜ	55,356	2	27,678	,537	,585	,001	,139
Hata		FT	28691,588	798	35,954				
		ET	74734,497	798	93,652				
		FÜ	35225,622	798	44,142				
		EÜ	41119,800	798	51,529				
Toplam		FT	28691,665	800					
		ET	74759,506	800					
		FÜ	35297,755	800					
		EÜ	41175,156	800					
TV programına verilen öneme		FT	271,862	6	45,310	1,266	,271	,009	,502
		ET	757,004	6	126,167	1,354	,231	,010	,534
		FÜ	598,444	6	99,741	2,282	,034*	,017	,799
		EÜ	927,224	6	154,537	3,049	,006**	,023	,913
Hata		FT	28419,803	794	35,793				
		ET	74002,502	794	93,202				
		FÜ	34699,311	794	43,702				
		EÜ	40247,932	794	50,690				
Toplam		FT	28691,665	800					

ET	74759,506	800
FÜ	35297,755	800
EÜ	41175,156	800

İnternet kullanım amacının YMO alt boyutlarına yönelik MANOVA sonucuna göre tüm alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı anlaşılmıştır (Wilks' Lambda=0,991; $F_{(2-798)}=0,886$; $p=0,527$; $\eta_p^2=0,004$). TV programına verilen öneme göre YMO alt boyutlarına ilişkin MANOVA sonucu incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu anlaşılmıştır (Wilks' Lambda=0,937; $F_{(6-794)}=2,180$; $p=0,001$; $\eta_p^2=0,016$). Söz konusu farklılık FÜ ve EÜ boyutlarına aittir. Kısmi etki büyüklükleri değerlendirildiğinde, düşük düzeyde bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Huck, 2012). Gruplar arasındaki karşılaştırmalar yapılırken Tip-1 hatadan kaçınmak için Bonferroni düzeltmesi yapılmış ve anlamlılık değeri grup sayısına bölünerek ($p=0,05/7=0,007$) olarak değerlendirilmiştir. Gruplar arasındaki farklılıklar incelendiğinde FÜ boyutunda "Filmler"e göre "Spor, müzik ve eğlence kanalları"nın ($p=0,001$), ve "Bilgi kültür yarışmaları"nın ($p=0,006$) lehinde anlamlı şekilde farklılıklar belirlenmiştir. Ayrıca EÜ boyutunda "Filmler"e göre "Haber programları"nın ($p=0,004$) ve "Spor, müzik ve eğlence programları"nın ($p=0,001$) lehine anlamlı şekilde farklılık görülmüştür. TV'de izlenen programlara verilen öneme göre YMO'nun alt boyutlarına ilişkin değişim grafikleri Şekil 2'de sunulmuştur.



Şekil 2

TV'de izlenen programlara verilen öneme göre FÜ ve EÜ boyutlarındaki değişim

TV'de izlenen programlara verilen öneme göre FÜ ve EÜ boyutunda en düşük puanın "Filmler"e en yüksek puanın ise "Spor, müzik ve eğlence programları"na ait olduğu görülmektedir. Bununla birlikte puan farklarının düşük düzeyde olması bu farklılığın anlamlılık derecesindeki etkiyi de azaltmıştır (Şekil 2).

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeylerinin cinsiyet, fakülte alanı, sınıf ve medya kullanım özellikleri açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda sunulan çevrim içi veri toplama aracına öğrenme yönetim sistemleri üzerinden 827 üniversite öğrencisi katılım sağlamıştır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde ilişkisel tarama modelinden yararlanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Böylece yeni medya araçlarını

yoğunlukla kullanan üniversite öğrencilerinin yeni medya okuryazarlıklarına yönelik becerileri ve çeşitli değişkenlere yönelik farklılaşma durumları incelenmiştir.

Katılımcıların yeni medya araçlarını kullanım sıklıkları incelendiğinde internet kullanımının daha yoğun olduğu, radyo ve basılı gazete kullanımının sınırlı kaldığı görülmüştür. Katılımcıların interneti en çok araştırma ve bilgilendirme amaçlı olarak kullandığı, TV’de izlenen programlardan ise en çok haber programlarına önem verildiği görülmüştür. İnternetin en çok araştırma ve bilgilendirme amaçlı kullanımının; öğrenim gördükleri 2020-2021 yılındaki zorunlu uzaktan eğitim sürecinin yansıması olduğu düşünülmektedir. Diğer yandan geçmiş yıllarda internetin daha çok eğlence ve sosyalleşme amaçlı olarak kullanıldığı bu durumun ise problemlerli internet kullanımına işaret ettiği belirtilmiştir (Ceylan, 2011; Simkova ve Cincera, 2004; Ureigho, 2006; Young, 2004). Yakın geçmişe doğru ise internetin daha çok akademik amaçlı kullanıldığı görülmektedir (Apuke ve Iyendo, 2018; Iwighrehweta ve Igere, 2014; Ludvík vd., 2020).

Katılımcılar sosyal medya hesaplarındaki kimliklerin yoğunlukla kendilerini gerçekten tanımladıklarını, internet üzerinden tanıştıkları kişilerin ise yoğunlukla gerçek ve güvenilir olmadığı belirtmiştir. Buna göre katılımcıların kendileri sanal kimliklerini büyük oranla gerçek olarak tanımladıklarını belirtilirken, diğer kullanıcıların sanal kimliklerinin gerçek olarak değerlendirmedikleri anlaşılmaktadır. İnternetteki içeriklerin doğruluğuna olan güvenirlğe ilişkin öğrenci görüşlerine göre internet içerikler büyük oranda güvenilir bulunmazken, bazen güvenilir olabilmektedir. Ayrıca sanal kimliğin gerçekliği ile YMO, FT ve FÜ boyutları arasında negatif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki; internet içeriklerine duyulan güven ile YMO ve ET arasında ise pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Dikkat edilmesi gereken durum; internette yanlış ve çarpıtılmış bilgiler ile doğru bilgilerin bir arada bulunduğu dev veri topluluğunda doğru ve güvenilir içeriğe ulaşmanın günden güne zorlaşmasıdır. Yeni medya ortamlarında içerik üretiminin kolaylıkla yapılabilmesi ve denetim mekanizmasının bulunmaması bireyleri yanlış yönelelmeye uygun hale getirmektedir (Cengiz ve Patan, 2021). Bu açıdan, üniversite öğrencilerinin internet içeriklerine olan güvensizliği anlaşılabilir. Ayrıca yeni medya araçlarının kullanım yaygınlığı bir kişinin birden fazla hesap oluşturmasına ortam tanıdığından hangi sanal kimliklerin gerçek olduğu riski de söz konusudur (Barut Tuğtekin ve Dursun, 2020). Üniversite öğrencilerinin internet ortamındaki kişilerin ve içeriklerin doğruluğuna güvenmemeleri internetin temkinli kullanımını destekleyebileceği düşünülmektedir. Bu açıdan medya araçlarının daha dikkatli kullanımına yönelteceği düşünüldüğünden yeni medya okuryazarlığını geliştirebileceği düşünülmektedir. Ayrıca Utma’ya (2021) göre bireylerin kendi deneyimleri algıladıkları gerçeklik ile medya gerçekliği arasındaki farkın toplumsal gerçeklik alanının yapılanmasını sağladığı belirtilmektedir. Burada dikkat edilmesi gerekenin yeni medya içeriklerinin gerçek olmadığı, gerçeğin yansıması olduğu bilinciyle hareket etme becerisi olduğu ifade edilmektedir. Medya içerikleriyle karşılaşan bireyler kurgulanmış bir gerçekliğin içerisinde yaşamakta ve zamanla kurgulanan gerçek, asıl gerçeğin yerini alabilmektedir (Baudrillard, 2005). Gerçek ile kurgu arasındaki farkın ayırt edilebilmesi ve yeni medya bilinci ise yeni medya okuryazarlığı becerisinin önemine işaret etmektedir.

Katılımcıların kendilerini yeni medya okuryazarı olarak değerlendirme düzeyleri incelendiğinde yoğunluğun ortalama ve ortalamanın üzerinde seviyede kendilerini okuryazar olarak değerlendirdikleri görülmüştür. Katılımcıların kendilerini yeni medya okuryazarı olarak değerlendirmelerinin doğruluğunu belirlemek üzere YMO ölçek puanları değerlendirildiğinde ise tüm katılımcılar genelinde ortalamanın üzerinde YMO beceri düzeyine sahip oldukları

belirlenmiştir. YMO'nun alt boyutlarına ilişkin katılımcıların düzeyleri incelendiğinde ise katılımcıların en az sahip olduğu beceri alanının FÜ boyutuna ait olduğu görülmüştür. Bu anlamda yeni medya kullanım sıklığının YMO becerilerinin ortalamasının üzerine çıkmasına yardımcı olduğu söylenebilir. Fakat yeni medyanın sıklıkla kullanılmasının üretim becerilerini geliştirmeye olan katkısının düşük olduğu düşünülebilir. Üniversite öğrencilerinin kendilerini yeni medya okuryazarı olarak değerlendirme düzeyleriyle YMO beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin düşük düzeyde ters yönde anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcıların gerçek YMO beceri düzeyinin; kendilerini yeni medya okuryazarı görme düzeylerinden daha düşük olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçla ilgili olarak alanyazında yeterli bulgu olmamakla birlikte bireylerin yeni medya okuryazarlığı ihtiyacını ortaya çıkaran önemli bir bulgudur. Buna göre bireyler kendilerini yeni medya okuryazarı olarak değerlendirdikleri için bu becerilerini geliştirmek üzere çaba sarf etme gönüllüsü olmayabilirler. Fakat bu durum bireylerin yeni medya okuryazarlığı eğitimi alma ihtiyacını ortadan kaldırmayacaktır (Çimen, 2020; Karataş ve Sözer, 2018). Özellikle kimlik avı ve siber dolandırıcılıklar ele alındığında yeni medya araçlarının bilinçli kullanımı ve okuryazarlığın önemi her geçen gün artmaktadır (Lee, 2018).

Medya araçlarından internet kullanım sıklığı ile FT arasında düşük düzeyde ve negatif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Buna göre fonksiyonel tüketim becerileri arttıkça internet kullanım sıklığı azalmaktadır. Dolayısıyla bireylerin medya içeriklerini işlevsel kullanma becerilerinin gelişmesi internette harcanan zamanın azalmasıyla ilişkilidir. Bu durum ise YMO becerilerinin zamanın verimli kullanımına yönlendirdiği söylenebilir. Televizyon kullanım sıklığı ile ET arasında ise düşük düzeyde ve pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Buna göre TV kullanım sıklığı arttıkça eleştirel tüketim becerilerinin de bu yönde arttığı söylenebilir. Diğer yandan YMO becerisinin gelişmesinin TV izleme alışkanlıklarını geliştirdiği belirtilmektedir (Aksu Bektaş ve Alver, 2020). Ayrıca TV programına verilen öneme göre YMO alt boyutlarından FÜ ve EÜ boyutlarında anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. Buna göre TV izleme davranışı medya tüketim davranışı olarak sergilenmesiyle birlikte üretim becerilerinde farklılıklar oluşturduğu görülmektedir. TV programlarına verilen önem arasındaki farklılıklar incelendiğinde FÜ boyutunda "Filmler"e göre; "Spor, müzik ve eğlence kanalları"nın ve "Bilgi kültür yarışmaları"nın lehine anlamlı şekilde farklılık belirlenmiştir. Buna göre eğlence ve kültür programları fonksiyonel üretim becerisini filmlere göre daha fazla geliştirdiği söylenebilir. Ek olarak EÜ boyutunda ise "Filmler"e göre; "Haber programları"nın ve "Spor, müzik ve eğlence programları"nın lehine anlamlı şekilde farklılık görülmüştür. Dolayısıyla haber ve eğlence programlarını izleyenlerin filmleri izleyenlere göre eleştirel üretim becerilerini daha fazla geliştireceği söylenebilir. Bu farklılığın etkisi küçük olmakla birlikte TV programlarına verilen önemin YMO becerilerine etkisinin ortaya çıkarılmasında değerli bir sonuçtur. Medya okuryazarlığı ile TV izleme alışkanlığı üzerinde yapılan deneysel bir araştırmada MO eğitimi alan öğrencilerin medyayı analiz becerilerinin eğitim almayanlara göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür (Güner ve Genç, 2015). Buna göre YMO okuryazarlığı ile TV izleme davranışları arasında etkileşime göre üniversite öğrencilerinin TV programlarını kendi yararlarına uygun şekilde izlemelerinde YMO becerilerinin önemli olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yandan TV programlarına yönelik farkındalık kazanıldığında YMO becerilerinden üretim becerilerine katkı sağlanabilir.

Cinsiyete göre YMO toplam puanlarındaki değişim incelendiğinde anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Buna göre YMO becerileri düzeylerinin değişiminde cinsiyet farklılığının

bir etkisi bulunmamaktadır. Cinsiyetin YMO alt boyutlarına göre farklılığı incelendiğinde ise; FÜ boyutu için kadınların erkeklere göre becerilerinin anlamlı şekilde yüksek olduğu görülmüştür. Diğer yandan bu anlamlı farklılığın etki büyüklüğü düşüktür. Cinsiyetin medya okuryazarlığı becerisi üzerinde etkisi olmadığını desteklemeye yönelik çalışmalar bulunmaktadır (Aktı ve Gürol, 2012; İlkin ve Korkmaz, 2019; Korkmaz, Çakır ve Öztürk, 2018). Bunun yanında kadınların çeşitli medya içeriklerini yönlendirme alanında (Literat, 2014) ve kadınların sosyal beceri alanında düzeylerinin daha yüksek olduğu belirtilmektedir (Aktı ve Gürol, 2012). Bu anlamda çeşitli medya içeriklerini birleştirerek yeni medya içerikleri oluşturma anlamında kadınların yeni medya okuryazarlığı becerilerinin daha yüksek olması alanyazınla benzerlik göstermektedir. Fakülte alanı ve sınıfın ortak etkileşimi YMO ve alt boyutları üzerinde anlamlı şekilde farklılık göstermezken, fakülte alanına göre YMO'nun anlamlı şekilde farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Gruplar arası karşılaştırmalara göre sağlık bilimleri alanının YMO puanlarının sosyal bilimleri alanına ve fen bilimleri alanına göre anlamlı şekilde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. FT ve ET boyutunda sağlık bilimleri alanının düzeylerinin sosyal ve fen bilimlerine göre anlamlı şekilde daha yüksek olduğu, FÜ ve EÜ boyutunda ise sağlık bilimleri alanının sosyal bilimlerine göre anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmüştür. Fakültelere göre medya okuryazarlık becerileri düzeylerinin farklılaşması alanyazınla desteklenmektedir (Bayraktar, 2018). Bununla birlikte sağlık bilimlerinin diğer alanlara göre daha yüksek beceri alanına sahip olmaları dikkat çeken bir durumdur. Sosyal bilimlerin psiko-sosyal içeriklere yatkınlığının daha yüksek olduğu düşünüldüğünde eleştirel becerilerinin daha yüksek olması beklenebilir. Diğer yandan sağlık bilimleri alanının da deneysel ve sorunlara çözüm üreten anlayışının yanında, fen bilimleri alanının deneysel ve üretim odaklı bilim anlayışından dolayı üretim becerilerinin daha yüksek olması düşünülebilir. Buna rağmen, sağlık bilimleri alanının daha yüksek beceriye sahip olmasının örnekleme ilişkisi olabileceği düşünülmektedir. Bunun yanında fakülte alanlarına göre anlamlı farklılıkların etki büyüklüklerinin alt boyutlarının tümünde düşük etkiye sahip olması da bu öngörüye desteklemektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar özetlendiğinde; üniversite öğrencileri interneti yoğun olarak kullanmakla birlikte internet ortamındaki içeriklerin çoğunlukla güvenilir olmadığını belirtirken, internet içeriklerine duyulan güven arttıkça YMO ve ET becerilerinin arttığı görülmüştür. Kullandıkları sanal kimliklerin gerçeği yansıtma oranı arttıkça YMO, FT ve FÜ boyutlarına yönelik beceri düzeylerinin azaldığı belirlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin çoğunun kendilerini ortalamanın üzerinde yeni medya okuryazarı olarak değerlendirmelerine rağmen, kıyasla daha az YMO becerilerine sahip oldukları ve en düşük beceri alanlarının ise FÜ olduğu belirlenmiştir. İnternet kullanım sıklığı arttıkça FT beceri düzeylerinin azaldığı, TV kullanım sıklığı arttıkça ise ET beceri düzeylerinin arttığı anlaşılmıştır. Cinsiyete göre YMO düzeyleri istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemekle birlikte, FÜ boyutu için kadınların erkeklere kıyasla anlamlı şekilde yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. YMO ve alt boyutları üzerinde fakülte alanı ve sınıfın ortak etkileşimi istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermezken, YMO'nun fakülte alanına göre anlamlı şekilde farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Sonuç olarak YMO becerisinin çeşitli değişkenlere göre farklılık durumları incelendiğinde; YMO becerilerinin farklı değişkenlerden etkilenebilen önemli bir beceri alanı olduğunu görülmektedir.

Sınırlılık ve Öneriler

Bu araştırma sonuçları yorumlanırken dikkate alınması gereken bazı sınırlıklar bulunmaktadır. Araştırma verilerinin üniversite lisans öğrencilerinden elde edilmiş olması araştırmayı üniversite öğrencileriyle sınırlandırmıştır. Araştırmanın fakülte alanları çerçevesinde yorumlanırken ise veri elde edilen fakültelerle sınırlı durumdadır. Araştırmanın kuramsal temeli; Chen ve diğerleri (2011) tarafından YMO yapısını açıklayan FT, ET, FÜ ve EÜ becerileri bağlamında açıklanmıştır. Ayrıca araştırma verileri öğrencilerin çevrim içi ortamdaki beyanlarının doğruluğuyla sınırlıdır. Mevcut araştırma sonucunda elde edilen çıkarımların yöneticilere, eğitimcilere, öğrencilere, internet kullanıcılarına ve okuyuculara çeşitli katkı ve önerileri bulunmaktadır. Yeni medya ortam, içerik ve araçlarının her geçen gün çeşitlilik kazanması ve artış göstermesi göz önüne alındığında YMO becerilerinin de sürekli olarak geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir. İnternet ve dijital kültürün kontrol edilemeyen büyümesi medya araçlarının yararlı ve etkili kullanımını zorlaştırmaktadır. Dijital teknolojilerin ve yeni medya araçlarının her alanda yaygın kullanımı ele alındığında öğrencilerin gelişimini ve çalışanların verimini gözeten yöneticilerin yeni medya okuryazarlığı becerilerinin gerekliliğini fark etmelidirler. Teknolojisiz hayatın düşünülmediği bu yeni medya çağında politika yapıcıların her alana yeni medya okuryazarlığı becerilerini entegre etmeleri önemlidir. Telefon, tablet ve bilgisayar gibi yeni medya içeriklerine erişim sağlayan teknolojik araçların çocuk yaşlarda kullanımının yaygınlaşması yeni medya okuryazarlığı becerisinin de çocuk yaşlarda kazanılması gerektiğini göstermektedir. Dolayısıyla ilkökul eğitim sürecinden üniversite eğitiminin tamamlanmasına kadar bilişim teknolojileri eğitiminin yanında yeni medya okuryazarlığı derslerinin eklenmesi önem taşımaktadır. Yeni medyadaki gelişmeler ve her geçen gün çeşitliliğin artması yeni medya okuryazarlığı eğitiminin de sıklıkla güncellenmesi ihtiyacını doğuracaktır. Bu açıdan eğitim programcıları ve uygulayıcılarının yeni medyadaki güncellemeleri takip etmeleri ve eğitim süreçlerine yansımalarını sağlamaları gerekmektedir. Yeni medya okuryazarlığı eğitimi sağlayacak olan eğitmenler; yeni medya okuryazarlığının boyutlarını, uygulamalarını ve eğitim süreçlerine entegrasyonunu araştırmalıdır. Bu doğrultuda yaptıkları araştırmaları uygulama süreçlerine dahil etmelidirler. Yeni medya araçlarının etkili kullanımı için öğrencilere ve yetişkin çalışanlara farkındalık kazandırılmalı ve yeni medya içeriklerinin üretimi için teşvik edilmelidir. Böylece tüketen toplumdaki üreten bir topluma geçiş sürecine desteğin bir kolu olarak yeni medya araçları farklı bir yol olarak düşünülebilir. İnternet ve medya kullanıcılarının yeni medya okuryazarı olabilmeleri için etkinlik ortamları ve projelerin yapılmasının medyaya yönelik farkındalığı artıracakı düşünülmektedir. Bunun yanında akademisyenler ise yeni medya okuryazarlığının eğitim süreçlerine yansıtılması noktasında uygulamaya ve daha iyi anlamlandırmaya yönelik çalışmalar yapmalıdır. Yeni medya araçlarının yeni okuryazarlık türlerini nasıl etkilediği kesitsel ve boylamsal çalışmalarla araştırılmalıdır. Medya araçlarının kullanımının kimlik gelişimi gibi farklı alanların gelişimini nasıl etkilediği ve nasıl desteklenmesi gerektiği de araştırılması önerilen bir diğer konudur.

Çıkar Çatışması Bildirimi

Yazar, bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve/veya yayınlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması beyan etmemiştir.

Destek/Finansman Bilgileri

Yazar, bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve / veya yayınlanması için herhangi bir finansal destek almamıştır.

Etik Kurul Kararı

Bu araştırma için İnönü Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulunun 06.05.2021 tarihli ve 09 numaralı oturum sayısı ile alınmış ve etik yönden araştırma uygun bulunmuştur. Ayrıca araştırma konusu üzerinde İnönü Üniversite genelinde araştırma izni 21.04.21 tarihinde uygun görülmüştür.

Kaynakça/References

- Aksu Bektaş, Y., & Alver, M. (2020). Medya okuryazarlığı dersine ilişkin öğrenci tutumları ile öğretmen ve öğretmen adayı görüşlerinin değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(3), 546-572. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.793624>
- Aktı, S., & Gürol, A. (2012). Determining the relationship between media literacy and social skills. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 64, 238-243. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.028>
- Alghamdi, A., Karpinski, A. C., Lepp, A., & Barkley, J. (2020). Online and face-to-face classroom multitasking and academic performance: Moderated mediation with self-efficacy for self-regulated learning and gender. *Computers in Human Behavior*, 102, 214-222. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.018>
- Anderson, M., & Perrin, A. (2017). Tech adoption climbs among older adults. *Pew Research Center*. <https://www.pewinternet.org/2017/05/17/tech-adoption-climbs-among-older-adults/>
- Apuke, O. D., & Iyendo, T. O. (2018). University students' usage of the internet resources for research and learning: Forms of access and perceptions of utility. *Heliyon*, 4(12), e01052. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2018.e01052>
- Ata, R. & Yıldırım, K. (2020). Analysis of the relation between computational thinking and new media literacy skills of first-year engineering students. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 29(1), 5-20. <https://www.learntechlib.org/primary/p/208637/>
- Balaban-Sali J. (2012). New media literacy of communication students. *Contemporary Educational Technology*, 3(4), 265-77.
- Barut Tuğtekin, & Koc, M. (2020). Understanding the relationship between new media literacy, communication skills, and democratic tendency: Model development and testing. *New Media & Society*, 22(10), 1922-1941. <https://doi.org/10.1177/1461444819887705>
- Barut Tuğtekin, E., & Dursun, Ö. Ö. (2020). Examining virtual identity profiles of social network users with respect to certain variables. *Pegem Journal of Education and Instruction*, 10(2), 427-464. <https://doi.org/10.14527/pegegog.2020.015>
- Baudrillard, J. (2005). *Simülaklar ve simülasyon* (Çeviren: Adanır, O.). İstanbul: Doğu-Batı Yayınları.
- Bayraktar, Ü. (2018). Medya okuryazarlığı araştırması ve Girne Amerikan Üniversitesi'nde bir uygulama. *Journal of Communication Theory & Research*, (47).
- Cengiz, M. F., & Patan, İ. (2021). Haberde gerçeklik: Sosyal medyada gerçeklik algısı üzerine bir analiz. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 235-259.
- Ceyhan, A. A. (2011). University students' problematic internet use and communication skills according to the internet use purposes. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 11(1), 69-77.
- Chen, D. T., Wu, J., & Wang, Y. M. (2011). Unpacking new media literacy. *Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics* 9(2), 84-88. <http://www.iiisci.org/journal/sci/FullText.asp?var=&id=OL508KR>
- Çimen, Ü. (2020). Yöndeşen medyayı doğru algılama bağlamında medya okuryazarlığı eğitimi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 117-137.
- De Leyn, T., Waeterloos, C., De Wolf, R., Vanhaelewyn, B., Ponnet, K., & De Marez, L. (2021). Teenagers' reflections on media literacy initiatives at school and everyday media literacy

- discourses. *Journal of Children and Media*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1952463>
- Eronen, J., Paakkari, L., Portegijs, E., Saajanaho, M., & Rantanen, T. (2019). Assessment of health literacy among older Finns. *Aging Clinical and Experimental Research*, 31(4), 549-556. <https://doi.org/10.1007/s40520-018-1104-9>
- Festl, R. (2021) Social media literacy & adolescent social online behavior in Germany. *Journal of Children and Media*, 15(2), 249-271. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1770110>
- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), Article 4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Güner, F., & Genç, S. Z. (2015) Medya okuryazarlığının öğrencilerin televizyon dizilerindeki mesajları algılamalarına etkisi. *Milli Eğitim Dergisi*, 45(205), 179-191.
- Huck, S. W. (2012). *Reading statistics and research* (6th ed.). Boston: Pearson.
- le Roux, D. B., Parry, D. A., Totolo, A., Iyawa, G., Holloway, J., Prenter, A., & Botha, L. (2021). Media multitasking, online vigilance and academic performance among students in three Southern African countries. *Computers & Education*, 160, 104056. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104056>
- Ivwighrehweta, O., & Igere, M. A. (2014). Impact of the internet on academic performance of students in tertiary institutions in Nigeria. *Information Impact: Journal of Information and Knowledge Management*, 5(2), 47-56.
- İlkin, A., & Korkmaz, Ö. (2019). Muhtaç aile çocuklarının teknoloji kullanımı, internet bağımlılığı ve medya-televizyon okuryazarlığının incelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38(2), 137-153.
- Karataş, A., & Sözer, M. A. (2018). Eğitim fakülteleri için "medya okuryazarlığı" eğitim programı. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 593-606.
- Koltay, T. (2016). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211-221. <https://doi.org/10.1177/0163443710393382>
- Korkmaz, Ö., Çakır, R., & Öztürk, Y. (2018). Doğru internet kullanımının bilgi okuryazarlığı, medya televizyon okuryazarlığı ve internet bağımlılığı kavramları çerçevesinde incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 27-39.
- Kul, S. (2020). Dijital okuryazarlık ve diğer değişkenlerle internet bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri ve Bilgisayar Bilimleri Dergisi*, 4(1), 28-41.
- Lau, W. W. (2017). Effects of social media usage and social media multitasking on the academic performance of university students. *Computers in Human Behavior*, 68, 286-291. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.043>
- Lee, N. M. (2018) Fake news, phishing, and fraud: a call for research on digital media literacy education beyond the classroom. *Communication Education*, 67(4), 460-466. <https://doi.org/10.1080/03634523.2018.1503313>
- Lin, T.-B., Li, J.-Y., Deng, F., & Lee, L. (2013). Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework. *Educational Technology & Society*, 16 (4), 160-170. <https://www.jstor.org/stable/10.2307/jeductechsoci.16.4.160>

- Literat, I. (2014). Measuring new media literacies: Towards the development of a comprehensive assessment tool. *Journal of Media Literacy Education*, 6(1), 15-27.
- Livingstone, S. (2018). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14.
- Ludvík, E., Łukasz, T., Milan, K., Mária, P., & Gabriela, P. (2020). How do first year university students use ICT in their leisure time and for learning purposes?. *International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education*, 8(2), 35-52.
- Manca, S., Bocconi, S., & Gleason, B. (2021). "Think globally, act locally": A glocal approach to the development of social media literacy. *Computers & Education*, 160, 104025. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104025>
- Meikle, G. (2016). *Social media: Communication, sharing and visibility*. London: Taylor and Francis.
- Ofcom. (2019). *Adults' media use and attitudes: Report 2019*. https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0021/149124/adults-media-use-and-attitudes-report.pdf
- Parayil, S. K. (2020). New media: Subject, media literacy and educational technologies. *Indian Journal of Educational Technology*, 2(1), 106.
- Potter W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675-96.
- Potter, W. J. (2013). Review of literature on media literacy. *Sociology Compass*, 7(6), 417-435.
- Rasi, P., & Kilpeläinen, A. (2015). The digital competences and agency of older people living in rural villages in Finnish Lapland. *International Journal of Media, Technology and Lifelong Learning*, 11(2), 149-160. <https://journals.hioa.no/index.php/seminar/article/view/2357>
- Rasi, P., Vuojärvi, H., & Rivinen, S. (2021). Promoting media literacy among older people: A systematic review. *Adult Education Quarterly*, 71(1), 37-54. <https://doi.org/10.1177/0741713620923755>
- Shin, C. Y., & Zanuudin, H. (2019). New media literacy and media use among university students in Malaysia. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 8(5C), 469-474. <https://doi.org/10.35940/ijeat.E1066.0585C19>
- Silveira, P. (2020). Fake news consumption through social media platforms and the need for media literacy skills: A real challenge for Z generation. *14th International Technology, Education and Development Conference*, 3830-3838, Valencia, Spain.
- Simkova, B., & Cincera, J. (2004). Internet addiction disorder and chatting in the Czech Republic. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(5), 536-539. <https://doi.org/10.1089/cpb.2004.7.536>
- Syam, H. M., & Nurrahmi, F. (2020). "I don't know if it is fake or real news" how little Indonesian university students understand social media literacy. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(2).
- Tuğtekin, U. (2020). Book review: The myth of multitasking: How "Doing It All" gets nothing done. *Contemporary Educational Technology*, 12(2), ep274.
- Tugtekin, U., Barut Tugtekin, E., Kurt, A. A., & Demir, K. (2020). Associations between fear of missing out, problematic smartphone use, and social networking services fatigue among young adults. *Social Media+ Society*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2056305120963760>

- Ureigho, R. J., Oroke, G. U., Ekruyota, G. O. (2006). The impact of internet usage: A case study of Delta State (Nigeria) tertiary institutions. *Scientific Research and Essays*, 1(2), 54-56.
- Utma, S. (2020). Algı yönetimi kavramı çerçevesinde geleneksel medyada gerçeklik algısı. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(5), 383.
- Vahedi, Z., Sibalis, A., & Sutherland, J. E. (2018). Are media literacy interventions effective at changing attitudes and intentions towards risky health behaviors in adolescents? A meta-analytic review. *Journal of Adolescence*, 67, 140-152. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2018.06.007>
- We Are Social. (2021). *Digital 2021 report*. <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Young, K. S. (2004). Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American Behavioral Scientist*, 48, 402-415. <https://doi.org/10.1177/0002764204270278>

İletişim/Correspondence

Dr. Esra BARUT TUĞTEKİN
esra.barut@inonu.edu.tr