

Yeni Medya Okuryazarlığı Üzerine Bir Araştırma: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği

A Research on New Media Literacy: The Case of Çanakkale Onsekiz Mart University

Merve ERDOĞAN¹⁻², Çiçek TOPÇU³

Öz

Günümüzde kullanımı oldukça yaygınlaşan dijital iletişim araçları geniş ve hızlı erişim sağlamaktadır. Kullanıcıya aktif katılım olanağı sunması, bilgi paylaşımının hızlı, kolay ve ucuz olması gibi birçok sebepten dolayı hayatımızın her alanına nüfuz eden bu araçlar, özellikle genç kesimin ilgisini çekmektedir. Yeni medya teknolojilerinin kullanımının artması ve toplumun her alanında varlığını sürdürmesi insanların yeni medya okuryazarlığı hakkında bilgi sahibi olmasının ne kadar önemli ve gerekli olduğunu göstermektedir. Özellikle teknoloji içerisinde büyüyen genç kesimin yeni medya araçlarından gelen her türlü mesaja karşı bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla yeni medya okuryazarlığı üzerine yapılan araştırmaların artırılması bu kapsamda önem taşımaktadır. Bu araştırmanın amacı Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde öğrenimlerini sürdüren 18-25 yaş aralığındaki lisans ve ön lisans öğrencilerinin, yeni medya okuryazarlık bilgi ve beceri düzeylerinin belirlenmesini sağlamaktır. Araştırmada genel tarama modeli kullanılmıştır. Örneklemin belirlenmesinde rastlantısal örneklem tekniği kullanılmıştır. Çalışmada 348 öğrenciye çevrimiçi anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda erkek öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeylerinin, kadın öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeylerine göre daha gelişmiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca **İnternet**'te daha fazla zaman geçiren öğrencilerin daha az zaman geçiren öğrencilere göre yeni medya okuryazarlık düzeylerinin daha gelişmiş olduğu araştırmanın önemli bulgularından biridir.

Anhtar Kelimeler: İnternet, Dijital Medya, Yeni Medya, Yeni Medya Okuryazarlığı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

Abstract

Digital communication tools, which are widely used today, provide wide and fast access. These tools, which permeate every aspect of our lives in terms of providing the user with the opportunity to participate actively and sharing information quickly and cheaply, attract the attention of the youth in particular. The increase in the use of new media technologies and the penetration of all areas of society show how important it is for people to have information about new media literacy. Especially the youth should be made aware of all kinds of messages coming from new media tools. Therefore, increasing research on new media literacy is important. The purpose of this research is to determine the new media literacy knowledge and skill levels of undergraduate and associate degree students between the ages of 18 and 25 who are the current students of Çanakkale Onsekiz Mart University. General scanning model was used in the research. Random sampling technique was used to determine the sample of the research. In the research, an online questionnaire was applied to 348 students. As a result of the research, it was concluded that new media literacy levels of male students were more advanced than new media literacy levels of female students. In addition, it is one of the significant findings of the research that new media literacy levels of the students who spend more time on the Internet were more advanced than the students who spendless time on the Internet.

Keywords: Internet, Digital Media, New Media, New Media Literacy, Çanakkale Onsekiz Mart University.

Araştırma Makalesi (Research Article)

Gönderim Tarihi (Received): 23.02.2022

Kabul Tarihi (Accepted): 06.06.2022

Atıf (Cite as): Erdoğan, M. ve Topçu, Ç. (2022). Yeni Medya Okuryazarlığı Üzerine Bir Araştırma: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (37), s. 252-272. DOI: 10.31123/akil.1077886.

1 Arş. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, merveerdogan@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2866-9633.

2 Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

3 Dr., Antalya Akev Üniversitesi, cicektopcu@outlook.com, ORCID: 0000-0002-9273-2529.

Giriş

Dünya çapında kullanımı yaygınlaşan İnternet, önemli bir iletişim aracıdır. Özellikle ses, görüntü ve metni birleştirip sunması iletişim kurmayı kolaylaştırmaktadır. “Word Wide Web (www)” ile birçok alana ucuz ve hızlı bir şekilde bağlantı kurmak mümkün olmaktadır. Bu evrensel ağ ile (www) insanlar birbirlerine yazılar, dosyalar, fotoğraflar gönderebilmekte, kolaylıkla müzik aktarımı yapabilmekte, banka işlerini tek tuşla gerçekleştirebilmektedirler. Dolayısıyla İnternet bu işlemleri de kolaylaştırdığı için dünya çapında kullanımı her geçen gün artış göstermektedir (Maigret, 2011, s. 328-329). *We are Social Digital* (2021) raporlarında, dünya nüfusunun %59.5’inin İnternet kullandığı sonucuna ulaşılmaktadır. Verilere göre ise 4,66 milyar insan İnternet kullanmaktadır. Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına bakıldığında, 2021 yılında 16-74 yaş arasındaki insanların %82,6’sının İnternet kullandığı sonucu görülmektedir. Ayrıca bu oranın, istatistiklere bakıldığında her yıl giderek arttığı sonucuna ulaşılmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2021).

Son yıllarda İnternet’in gelişmesi ve kullanımının artmasıyla birlikte, yaşanan teknolojik gelişmelerin de etkisiyle medya araçları ve medya ortamlarının zenginleştiği görülmektedir. Özellikle cep telefonlarının yaygınlaşması, tablet ve bilgisayar kullanımının artması, yeni medyanın oluşumunu hızlandırdığı düşünülmektedir. İnsanların günlük hayatının önemli bir parçası haline gelen bu araçlar, çeşitli kullanımlarıyla ilgi odağı olmayı sürdürmektedir. Örneğin, insanlar gün içerisinde sosyal medya hesaplarını kontrol etmek, bilmediği adreslere ulaşmak, arkadaşlarıyla bağlantı kurmak için yeni medya araçlarını kullanmaktadırlar. Ayrıca bilginin kolay bir şekilde yaratılması ve aktarılması, çevrimiçi olarak gerçekleştirilen birçok aktivite, aktif bir şekilde katılım sağlaması açısından yeni medya araçları ve bu araçların kullanımı özellikle gençlerin ilgisini çekmektedir (Lee, Chen, Li ve Lin, 2015, s. 84).

İnternet’i ve İnternet’in sağladığı teknolojileri özellikle gençler bir arkadaş grubuna dâhil olmak ve onlarla olan iletişimin devamlılığını sağlamak için kullanmaktadırlar. Gençler hayati gelişimsel ihtiyaçlarını karşılamak, aile, arkadaş ve akademik ortamlarına dair ihtiyaçları olan iletişimi sağlamak için İnternet ve İnternet teknolojilerinden vazgeçememektedirler. Çünkü İnternet genç kuşağa sosyalleşme fırsatı vermektedir (Hobbs, 2010, s. 90). Bu sebeple genç kuşağın yeni medyanın sunduğu yeni yaşam ortamına dair farkındalık kazanmaları önem taşımaktadır. Bu farkındalığa ve yeni medya ortamlarının yön verdiği enformasyonlara ise yeni medya okuryazarlığı sayesinde ulaşacaklardır (Lee vd., 2015, s. 84). Bu sebeple bu çalışma gençlerin yeni medya ve ortamlarından gelen mesajlara karşı bilinçlenmelerini sağlamak, onların yeni medya okuryazarlık bilgi ve beceri düzeylerini ölçmek, çıkan sonuçlara göre tartışılıp, bu bilgiler çerçevesinde öneriler sunmak ve literatüre katkı sağlamak açısından önem taşımaktadır. Ayrıca çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversite’si ön lisans ve lisans öğrencileri örnekleminde yapılmış ilk çalışma olmasından dolayı özgündür.

1. Yeni Medya ve Yeni Medya Okuryazarlığı Kavramı

Yeni iletişim teknolojileri insanlara birtakım kolaylıklar sunmaktadır. Verilerin kolay ve hızlı bir şekilde oluşturulmasını sağlayan, bilgilerin üretilmesini ve aktarılmasını kolaylaştıran yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, insanların yeni teknolojik hayata ve yeni medya ortamlarına alışmasını gerekli kılmaktadır (Uyar, 2020, s. 1). Birbirinden farklı birçok ortamı bir arada sunan ve çoğu zaman çoklu

ortam (multimedia) olarak da adlandırılan yeni medya, özellikle etkileşimli, katılımlı bir yapıdadır. Ağ tabanlı bu ortamlar bilgileri, ses ve görüntüyü bir arada kullanıcıya sunarak geleneksel medyanın alışlagelmiş özelliklerinin önüne geçmektedir. Richard Rogers yeni medyanın “etkileşim, kitlesizleştirme, eşzamansızlık” olmak üzere temelde üç özelliği bulunduğunu ifade etmektedir. Etkileşim bu süreçlerin en önemlisidir. Çünkü bu iletişim sürecine hem alıcı hem de verici kaynaklar dahil olmakta ve bu süreçte birbirlerini etkilemektedirler. Kitlesizleştirme ise yeni medya ortamlarında büyük gruplar içerisinde yer alan insanlara özel olarak ileti ve içerik gönderilmesinin sağlanması olarak tanımlanmaktadır. Eşzamansızlık özelliğinde ise yeni medya ortamlarından insanlara zaman kavramı veya zaman sınırı olmaksızın mesaj alıp gönderme durumunu ifade etmektedir. Bu özelliklere bakıldığında yeni medyanın kullanıcılarına aktif bir ortam sunduğu görülmektedir (Aydoğan ve Kırık, 2012, s. 59-60). İnsanları pasif bir konumdan aktif bir konuma taşıyan yeni medya ortamları bilginin, verilerin, içeriklerin üretimini desteklemektedir. Bu sebeple günümüzde çoğunlukla pasif medya izleyicilerinin yerini aktif kullanıcılar almaktadır. Pasif kullanıcılar ise medya ortamlarında yaşanan gelişmelerin gerisinde kalmaktadır. Bu durum pasif kullanıcıların dışlanmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple yeni gelişmelerin gerisinde kalmak istemeyen insanlar yeni medya ortamlarında aktif olmak istemektedirler (Uyar, 2020, s. 1). Yeni medya mesafe ve zaman kavramını ortadan kaldırmaktadır. İnsanlar dünya üzerindeki herhangi bir bilgiye zaman ve mekân kavramlarını gözetmeksizin anında ulaşma imkânı bulmaktadırlar. Dolayısıyla bu durum tüm insanların küresel bağlamda bir arada bulunmasına ve bütünleşmesine imkân tanımaktadır. Bu sebeple yeni medya insanlar arasında etkileşimin artmasına ve iletişimin çok daha kolay bir şekilde gerçekleşmesine katkı sunmaktadır (İlhan ve Aydoğdu, 2015, s. 56).

Yeni medya bilgisayar ve iletişim teknolojilerini ifade ettiği gibi aynı zamanda medyanın kullanılması, üretilmesi ve dağıtımı gibi birçok süreci de kapsamaktadır. 21. Yüzyılın başlarında yeni medya teknolojilerinin de gelişmesi ve çoğu insan tarafından kullanılabilir hale gelmesiyle birlikte insanların medyayı anlamlandırmaları için geleneksel okuryazarlık yetersiz kalmıştır. Hayatımızın, kültürümüzün bir parçası haline alan yeni medya dönemine karşı toplumun bilinçlenmesi, yetersiz kalan geleneksel okuryazarlığın geliştirilip insanların yeni iletişim araçlarından gelen mesajları anlamlandırması önemli bir konu haline gelmiştir (Lin vd., 2013, s. 160-161). Yeni medya okuryazarlığı kavramını tam olarak kavrayabilmek için yeni medya kavramının bilinmesi gerekmektedir. Çünkü yeni medya, medya okuryazarlığı ve yeni medya okuryazarlığı kavramları birbirleriyle ilişkilidir. Teknoloji ve yaşanan gelişmeler yeni bir kültürün oluşumuna katkı sunmaktadır. Dolayısıyla zaman ilerledikçe yaşanan kültürel dönüşümler geleneksel ve yeni medya kavramlarının hem birbirleriyle ilişkili olmasına hem de bazı özelliklerinden dolayı çatışma yaşamasına neden olmaktadır. Radyo, televizyon, gazete gibi geleneksel medya araçları yeni iletişim teknolojileri içerisinde yer almamaktadır. Yeni medyayı geleneksel medyadan ise İnternet veya mobil ağlar ayırmaktadır. Geleneksel medya ve yeni medya arasındaki en önemli fark çevrimiçi katılım olanağı sunması ve insanların interaktif bir şekilde medya ortamlarına katılım imkanı sunmasıdır. Fakat interaktif katılımın getirdiği bazı olumsuzluklarda bulunmaktadır. Nitekim bu olumsuzluklar ve bu ortamlarda oluşabilecek risklere karşı insanların bilinçlenmesi gerekmektedir (Altıntop, Bak ve Bak, 2020, s. 419).

Yeni medya okuryazarlığı kavramı değişen kültürel süreçlere insanların sosyal yeteneklerini geliştirerek katılım sağlaması durumudur. Bu süreçte toplumlar için kültürel yetilere sahip olmak önem taşımaktadır. Çünkü medya okuryazarlığının bir bilme biçimi olduğu düşünülmektedir (Jenkins, 2018). Yeni medya okuryazarlığı gelişen dijital ortamları anlamlandırmak için insanların sahip olması gereken kültürel yeterlilikleri ve çok yönlü sosyal becerileri ifade etmektedir. Özellikle insanların

sadece kendi yaşadıkları alanlarda değil, dünya çapında ve geniş bir toplulukla etkileşim halinde olması yeni medya okuryazarlığına verilen önemi arttırmaktadır. Yeni medya okuryazarlıkları ağ oluşturma, oyun, simülasyon, görsellik, transmedya gibi birçok kavramı içinde barındırmaktadır (Tripp, 2011, s. 336). Yeni medya okuryazarlığının üç bileşeninin bulunduğu düşünülmektedir. Birinci bileşen, okuryazar bir insanın bir konu veya bir durumun ne olduğu hakkında edindiği bilgilerden oluşmaktadır. İkinci bileşen ise okuryazarlık yetisine sahip kişilerin bireysel ve sosyal becerilerinin gelişmiş olma durumunu ifade etmektedir. Üçüncü bileşende ise okuryazarlık kabiliyetine sahip kişilerin neyin doğru neyin yanlış olduğunu bilmeleri ve ona göre davranmaları söz konusudur. Yeni medya okuryazarı olan insanlarda bulunması gereken özelliklerden biri de çevresini kültürel açıdan tanıması ve ona göre davranmasıdır. Kültürel açıdan kural olan ve olmayan durumları bilmelidir. Çevrimiçi tehlikelere karşı kendini geliştirmiş olması gerekmektedir. Ayrıca yeni medya okuryazarlığı insanları çevrimiçi risklere karşı korurken, aynı zamanda çevrimiçi katılımın sunduğu imkanlardan da faydalanmalarını sağlamaktadır (Livingstone, 2008, s. 106-107).

Son yıllarda dijital ortamlar hayatımızın birer parçası olmuştur. Buna bağlı olarak günümüzde yeni medya okuryazarlığı kavramının öneminin arttığı görülmektedir. Gelişen teknolojinin ve insanlarla kurulan etkileşimin geniş bir alana yayılması, insanların medya mesajlarına karşı bilinçlenmelerini gerektirmektedir. Örneğin videolardan, sesli içeriklerden, yazılı metinlerden gelen her türlü bilgiyi anlayabilmek ve bu bilgilere karşı yetkinlik oluşturmak için kişinin belirli bir seviyede beceriye sahip olması önem taşımaktadır. Bu yetkinliği kazanan kişiler yeni medya ortamlarına hem hakim olup hem de bilinçli veriler üretebilmektedirler (Karaduman, 2019, s. 686). Yeni medyanın yetkinliğini kazanan insanların yanı sıra yeni medyanın taşıdığı risklerden etkilenen insanlar da bulunmaktadır. Özellikle çocuklar ve genç kesim için risk faktörü oluşturan dijital medya araçları, bu gruplar için eleştirel bir şekilde yorum yapmayı aşılama, doğru bilgiyi anlama, kendini koruma gibi konularda yetersiz kalabilmektedir (Livingstone vd., 2018, s. 2).

Yeni medya okuryazarlığı bir eğitim hareketidir. Bu eğitim hareketi, insanlara yeni medyadan ya da geleneksel medya ortamlarından gelen çeşitli verileri (ses, görüntü, yazılı metin vb.) okuma bilinci kazandırmaktadır. Özellikle insanlara çeşitli medya mecralarının sunduğu bilgileri analiz etme, doğru bir şekilde okuma yapma, doğru anlama, değerlendirme gibi süreçlerde kendilerini geliştirmelerini sağlamaktadır (Karaduman, 2019, s. 687-688). İletişim teknolojilerinde gelişmelerin devam edeceği ve birbirinden farklı medya ortamlarının oluşacağı öngörülmekte, insanların yeni medya okuryazarlık düzeylerinin artırılması gerekmektedir. Bu ortamlara bireylerin etkin bir şekilde katılım sağlayacakları düşünülmektedir. Dolayısıyla insanların mesajları alımlama, çözümlenme, yeniden üretme sürecine dair bilgi ve becerilerinin geliştirilmesi gerektiği önem taşıyan konular arasındadır (Altıntop vd., 2020, s. 419). Jenkins ve arkadaşları, yeni medya okuryazarlık becerilerinin kazanılması ve insanların yeni medya okuryazarı olması için sosyal becerileri öğrenmesi gerektiğini düşünmektedirler. Bu kabiliyetlerin kazanımı ise yeni medya ortamlarında bilinçli bir şekilde aktif olmaktan geçmektedir. Bu becerileri ise “oyun, performans, simülasyon, kendi içeriğini oluşturma, çoklu görev, dağıtılmış biliş, kolektif akıl, yargı, transmedya navigasyonu, ağ (network) oluşturma, müzakere” gibi başlıklar altında açıklamaktadırlar. Örneğin, insanların oyun oynama kabiliyetlerinin gelişmesi onları problem çözmeye daha yatkın hale getirmektedir. Ayrıca insanların kendi içeriklerini üretmeleri de medya içeriklerini daha kolay bir şekilde anlamlandırmalarına katkıda bulunmaktadır. Kendi içeriğini oluşturan insanlar da paylaşılan medya içeriklerinin ne anlama geldiğini daha iyi kavramakta ve çözmektedirler. Ağ oluşturma da ise insanlar bilgi aramayı, ulaşılan bilgiyi paylaşmayı öğrenmektedirler. Aslında tüm bu başlıkların ortak noktası, insanların yeni medya ortamlarını

bilmeleri ve yeni medya ortamlarından gelen bilgileri anlamaları, risklere karşı ise farkındalığa sahip olmalarından geçmektedir. Medya endüstrilerinin kökenini, gelişimini, izleyicileri nasıl gördüklerini, ürettikleri içeriklerin amaçlarını bilmek bu kapsamda önem taşımaktadır (Jenkins vd., 2006, s. 4; Binark ve Bek, 2007, s. 54; Frau-Meigs, 2008, 58).

2. Yeni Medya Okuryazarlığı Üzerine Bir Araştırma

Çalışmanın yapılabilmesi için Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Bilimsel Araştırma Etik Kurulu'na 2022-YÖNP-0004 başvuru protokol numarası ile 03.01.2022 tarihinde başvuru yapılmış, 06.01.2022 tarihinde ise araştırmmanın etik kurul ilkelerine uygun olduğu kararı ilgili kurul tarafından alınmıştır.

2.1. Araştırma Yöntemi, Uygulaması ve Örneklemi

Çalışmamız, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde öğrenimlerine devam eden lisans ve ön lisans öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde lisans ve ön lisans düzeyinde öğrenimlerine devam eden 40129 öğrenci bulunmaktadır. Genel tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilen bu çalışmada, öğrencilere rastlantısal örneklem alma tekniğiyle ulaşılmış ve çevrimiçi anket uygulanmıştır. Yaşları 18-25 yaş aralığında olan 348 öğrenciye yapılan çalışmada betimsel istatistik tekniği kullanılmıştır.

2.2. Ölçüm Araçları ve Kullanılan Testler

Katılımcılara 2 bölümden oluşan 7 soru sorulmuştur. İlk 6 soru katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini ve İnternet kullanım sıklıklarını öğrenmeye yöneliktir. 7. soruda ise Koç ve Barut (2016), tarafından geliştirilen 35 madde ve 4 alt boyuttan oluşan Yeni Medya Okuryazarlığı Ölçeği (New Media Literacy Scale) gerekli izinler alındıktan sonra kullanılmıştır. Yeni Medya Okuryazarlığı Ölçeği'nde 1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum şeklinde Beşli Likert tipi derecelendirme ölçeği kullanılmıştır.

2.3. Araştırma Soruları

Çalışmamızda araştırılması hedeflenen ve cevap aranan sorular ise şöyledir:

1. Öğrenciler günde kaç saatlerini İnternet'te geçirmektedirler?
2. Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermekte midir?
3. Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermekte midir?
4. Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri eğitim düzeyine göre farklılık göstermekte midir?
5. Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri sınıf düzeyine göre farklılık göstermekte midir?
6. Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri İnternet'te geçirilen süreye göre farklılık göstermekte midir?

2.4. Bulgular ve Yorum

Çalışmada elde edilen veriler, SPSS20 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Öğrencilerin demografik özellikleri sıklık ve yüzde gibi tanımlayıcı istatistiksel metotlardan faydalanılarak

oluşturulmuştur. Araştırma değişkenlerine ait verilerin analizinde minimum, maksimum, ortalama ve standart sapma değerleri kullanılmış ve veriler oluşturulmuştur. Çalışmada yer alan ölçeklerin güvenilirlik değerlerinin incelenmesi önem taşımaktadır. Bu sebeple ölçeklerin Cronbach's Alpha değeri hesaplanmıştır. Araştırmada yer alan değişkenlerin analizi yapılmadan önce ölçek ve alt ölçeklerin normal dağılıma uygunluklarının kontrolünün sağlanması için ise değişkenlerin skewness ve kurtosis değerleri hesaplanmıştır. Hesaplamalar sonucu ortaya çıkan skewness ve kurtosis değerlerinin ± 3 değerleri arasında yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla, değişkenlerin normal dağılıma uygun olduğu ortaya çıkmıştır (DeCarlo, 1997). Çalışmada kullanılan ölçeğin öğrencilerin demografik özellikleriyle ilişkilendirilerek analiz edilmesinde, iki bağımsız gruba sahip demografik özellikler için Student t-test kullanılmıştır. İki'den fazla grup içeren özelliklerin karşılaştırmalarında ise ANOVA testi kullanılması uygun görülmüştür. İstatistiksel önem derecesi olarak 0,05 alınmıştır.

Araştırmada yer alan öğrencilerin %68,1'inin kadın iken , %31,9'u erkektir. Öğrencilerin yaş aralıkları ise sırasıyla; %38,8'i 18-19 yaş, %33,6'sı 20-21 yaş, %15,5'i 24-25 yaş ve %12,1'i 22-23 yaş aralığındadır. Öğrencilerin öğrenim durumları ise %65,5'i ön lisans iken, %34,5'i lisanstır. Öğrencilerin sınıflara göre dağılımları ise sırasıyla; %50,9'u 1. sınıf, %27,6'sı 2. sınıf, %11,2'si 3. sınıf ve %10,3'ü 4. sınıftır.

Tablo 1. Katılımcıların İnternet'te Geçirdikleri Sürelerin Frekans ve Yüzde Değerleri

	N	Yüzde (%)
30 dakikadan az	21	6,0
30 dakika- 1 saat	90	25,9
1-2 saat	72	20,7
3-4 saat	69	19,8
4 saatten fazla	96	27,6
Toplam	348	100,0

Her gün İnternet'i kullandığını belirten öğrencilerin İnternet'te geçirdikleri süreler sırasıyla; %27,6'sı 4 saatten fazla, %25,9'u 30 dakika- 1 saat, %20,7'si 1-2 saat, %19,8'i 3-4 saat ve son olarak %6'sı 30 dakikadan azdır.

Tablo 2. Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği ve Alt Boyutlarına Ait Güvenirlik Analiz Sonuçları

Ölçek ve Alt Ölçekler	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Fonksiyonel Tüketim	,878	7
Eleştirel Tüketim	,936	11
Fonksiyonel Üretim	,897	7
Eleştirel Üretim	,919	10
Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği	,969	35

Araştırmada yer alan 35 maddeden oluşan Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeğine ait güvenilirlik değeri olan Cronbach's Alpha değeri 0,969 ve ölçeğin alt boyutlarından Fonksiyonel Tüketim 0,878, Eleştirel Tüketim 0,936, Fonksiyonel Üretim 0,897 ve Eleştirel Üretim 0,919 ile yüksek güvenilirlikte bulunmuştur.

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerine Ait Skewness ve Kurtosis Değerleri

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma	Skewness		Kurtosis	
						İstatistik	Std. Hata	İstatistik	Std. Hata
Fonksiyonel Tüketim	348	16	35	30,90	3,89	-,868	,131	,653	,261
Eleştirel Tüketim	348	19	55	47,85	6,66	-1,159	,131	2,168	,261
Fonksiyonel Üretim	348	13	35	30,41	4,48	-1,204	,131	1,919	,261
Eleştirel Üretim	348	18	50	41,34	7,53	-,891	,131	,371	,261
Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği	348	66	175	150,51	20,58	-1,071	,131	1,716	,261

Öğrencilerin ölçek ve alt ölçeklere verdikleri yanıtlar incelendiğinde Fonksiyonel Tüketim alt boyutuna verdikleri yanıtların minimum değeri 16 ve maksimum değeri 35'dir. Verdikleri yanıtların ortalama değeri ise $30,9 \pm 3,89$ 'dur. Eleştirel Tüketim alt boyutuna verilen yanıtların minimum değeri 19 ve maksimum değeri 55'dir. Verdikleri yanıtların ortalama değeri ise $47,85 \pm 6,66$ 'dır. Fonksiyonel Üretim alt boyutuna verilen yanıtların minimum değeri 13 ve maksimum değeri 35'dir. Verdikleri yanıtların ortalama değeri ise $30,41 \pm 4,48$ 'dir. Eleştirel Üretim alt boyutuna verilen yanıtların minimum değeri 18 ve maksimum değeri 50'dir. Verdikleri yanıtların ortalama değeri ise $41,34 \pm 7,53$ 'dür. Yeni Medya Okuryazarlık (Toplam) Ölçeği'ne verilen yanıtların minimum değeri 66 ve maksimum değeri 175'dir. Verdikleri yanıtların ortalama değeri ise $150,51 \pm 20,58$ 'dir.

Araştırmada değişkenleri olan ölçek ve alt boyutlarının normal dağılıma uygunluk sınavını gerçekleştirmek üzere hesaplanan skewness ve kurtosis değerleri ± 3 değerleri arasında yer almaktadır. Böylece araştırma değişkenlerinin normal dağılıma uygunluk gösterdiği söylenebilir.

“Fonksiyonel Tüketim, Eleştirel Tüketim, Fonksiyonel Üretim ve Eleştirel Üretim” boyutlara verilen isimlerdir. “Fonksiyonel Tüketim” boyutunun altında toplanan maddeler insanların medyada ihtiyaç duydukları bilgilere ulaşmak için arama motorları ve veri tabanlarını kullanma bilgilerinin olup olmadığını anlamaya yöneliktir. Ayrıca insanların medyadaki yenilikleri takip edip edemedikleri, medyada sunulan açık ve gizli, şiddet ve baskı içeren mesajların farkına varıp varmadıklarının tespitini sağlamaktadır. “Fonksiyonel Tüketim” maddeleri öğrencilerin medyayı kullanma durumlarını ve medyadan gelen mesajları anlamlandırma süreçlerini temsil etmektedir.

“Eleştirel Tüketim” boyutu maddeleri katılımcıların medya içeriklerini türlerine ve amaçlarına göre sınıflandırmaya ve değerlendirmeye yöneliktir. Ayrıca bu maddeler katılımcıların medya içeriklerinin işlevlerini ne düzeyde anlamlandırdıklarını ölçmektedir. Medyanın insanlar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini ayırt edebilme, medya içeriklerini etik ve yasal bağlamda değerlendirebilme “Eleştirel Tüketim” boyutu maddeleri arasındadır.

“Fonksiyonel Üretim” boyutu ise insanların İnternet ortamında gerekli yeteneklere, bilgiye ve donanıma sahip olup olmadığını anlamaya yöneliktir. Bu boyut insanların ürettikleri içerikleri ya da medya içeriklerini İnternet ortamında paylaşabilme, içeriklere yorum ve ekleme yapabilme kabiliyetlerinin belirlenmesini sağlamaktadır.

“Eleştirel Üretim” maddeleri insanların medya kullanımlarını ölçmeye yöneliktir. Katılımcıların medya ortamlarında duygu ve düşüncelerini hangi düzeyde aktardıklarını, gündemdeki olaylara yorum yapma kabiliyetlerini, medya içeriği üretip üretmediklerini tespit etmektedir. Ayrıca katılımcıların

sanal kimlik ve medya içeriği oluştururken etik kurallara önem verip vermedikleri “Eleştirel Üretim” boyutunun maddeleri arasındadır.

Tablo 4. Ölçek Sorularına Verilen Yanıtların Özet İstatistikleri

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
<i>Fonksiyonel Tüketim</i>					
1. Medyada ihtiyaç duyulan bilgiye ulaşmak için arama motorları ve veri tabanlarını nasıl kullanacağımı bilirim.	348	3	5	4,70	0,51
2. Medyadaki yenilikleri ve değişiklikleri takip edebilme noktasında iyiyim.	348	1	5	4,39	0,81
3. Bilgiye ulaşmada farklı medya ortamlarını kullanmak benim için kolaydır.	348	2	5	4,43	0,72
4. Medyada sunulan açık ve gizli mesajların farkına varabilirim.	348	1	5	4,30	0,79
5. Medyada şiddet ve baskı unsuru içeren mesajları tespit edebilirim.	348	2	5	4,45	0,69
6. Medya içeriklerinin politik, ekonomik ve sosyal boyutlarını anlayabilirim.	348	1	5	4,19	0,85
7. Medya üzerinde farklı fikir ve düşünceleri tespit edebilirim.	348	2	5	4,45	0,70
<i>Eleştirel Tüketim</i>					
8. Medya içeriklerinin bilgilendirme, iletişim, eğlence vb. amaç ve işlevlerini ayırt edebilirim.	348	2	5	4,55	0,62
9. Medya içeriklerinin reklam amaçlı olup olmadığını anlayabilirim.	348	2	5	4,41	0,74
10. Medya içeriklerini hazırlayan, tür, amaç vb. özelliklerine göre sınıflayabilirim.	348	1	5	4,23	0,86
11. Bilgi veya haberleri farklı medya ortamlarından araştırarak karşılaştırabilirim.	348	1	5	4,39	0,81
12. Medyadan elde ettiğim bilgiler ile kendi görüşlerimi ilişkilendirebilirim.	348	1	5	4,37	0,76
13. Medya içeriklerini kullanıp kullanmayacağıma akıllı işaretleri dikkate alarak karar verebilirim.	348	1	5	4,27	0,79
14. Medyadaki mesajların doğruluk ve yanlışlıkları hakkında karar vermek benim için kolaydır.	348	2	5	4,30	0,78
15. Medyanın bireyler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini belirleyebilirim.	348	2	5	4,51	0,68

16. Medya içeriklerini yasal ve etikaçılardan (lisanssız programlar, yasak siteler, kişisel haklara saygı vb.) değerlendirebilirim.	348	1	5	4,21	0,88
17. Medya içeriklerini güvenilirlik, geçerlik, tarafsızlık ve güncellik gibi bakımından değerlendirebilirim.	348	2	5	4,33	0,81
18. Medya içeriklerinin doğuracağı sonuç ve risklere karşı kendimi koruyabilirim.	348	1	5	4,30	0,78
Fonksiyonel Üretim					
19. Medya ortamlarında kullanıcı hesap veya profilleri oluşturabilirim.	348	1	5	4,52	0,73
20. Medya içerikleri (resim, video klibi, metin vb.) oluşturmak için gerekli donanım araçlarını kullanabilirim.	348	1	5	4,36	0,80
21. Medya içeriklerini (resim, video klibi, metin vb.) oluşturmak için gerekli yazılım programlarını kullanabilirim.	348	1	5	4,01	1,05
22. Medya ortamlarındaki temel kullanma araçlarını (butonlar, linkler, dosya aktarımı vb.) kullanabilirim.	348	1	5	4,38	0,77
23. Dijital medya içeriklerini İnternet'te paylaşabilirim.	348	1	5	4,32	0,83
24. Başkalarının gönderdiği/ paylaştığı medya içeriklerine ekleme ve yorum yapabilirim.	348	1	5	4,40	0,76
25. Medya içeriklerine kendi ilgi ve beğenilerime göre puan ve derece verebilirim.	348	1	5	4,43	0,73
Eleştirel Üretim					
26. Sosyal medya ortamlarına katılarak başkalarının fikir ve düşüncelerini etkileyebilirim.	348	1	5	4,18	1,00
27. Gündemdeki olayları farklı bakış açılarıyla (sosyal, kültürel, ideolojik vb.) değerlendirip medya ortamlarına katkıda bulunabilirim.	348	1	5	4,11	0,94
28. Medyada farklı kullanıcılarla ortak bir amaç doğrultusunda etkileşim ve işbirliği kurabilirim.	348	1	5	4,22	0,92
29. Gerçek kişilik özelliklerime uygun sanal kimlik oluşturmak benim için kolaydır.	348	1	5	4,13	1,01
30. Medya ortamlarında insanları bilgilendirme veya yönlendirme amaçlı tartışma ve yorum yapabilirim.	348	1	5	4,11	0,96

31. Belli konular hakkında eleştirel düşünmeyi yansıtan medya içerikleri tasarlayabilmede yetenekliyim.	348	1	5	4,11	0,98
32. Medya içeriklerini eleştirerek karşıt veya alternatif içerikler geliştirebilmede iyiyim.	348	1	5	3,82	1,19
33. Medya içeriği üretirken insanların farklı düşüncelerine ve özel hayatlarına saygı duyarım.	348	1	5	4,44	0,84
34. Yasal ve etik ile ilgili kurallara uygun medya içeriği üretmek benim için önemlidir.	348	1	5	4,41	0,83
35. Görsel ve yazılı özgün/orijinal medya içerikleri (afiş, video klibi, web sayfası, vb.) geliştirebilirim.	348	1	5	3,82	1,16

Fonksiyonel Tüketim alt boyutuna ait sorulara verilen en yüksek ortalama puan $4,7\pm 0,51$ ile “1. *Medyada ihtiyaç duyulan bilgiye ulaşmak için arama motorları ve veri tabanlarını nasıl kullanacağımı bilirim.*” sorusudur. Fonksiyonel Tüketim alt boyutuna ait sorulara verilen en düşük ortalama puan ise $4,19\pm 0,85$ ile “6. *Medya içeriklerinin politik, ekonomik ve sosyal boyutlarını anlayabilirim.*” sorusudur.

Eleştirel Tüketim alt boyutuna ait sorulara verilen en yüksek ortalama puan $4,55\pm 0,62$ ile “8. *Medya içeriklerinin bilgilenme, iletişim, eğlenme vb. amaç ve işlevlerini ayırt edebilirim.*” sorusudur. Eleştirel Tüketim alt boyutuna ait sorulara verilen en düşük ortalama puan ise $4,21\pm 0,88$ ile “16. *Medya içeriklerini yasal ve etik açılardan (lisanssız programlar, yasak siteler, kişisel haklara saygı vb.) değerlendirebilirim.*” sorusudur.

Fonksiyonel Üretim alt boyutuna ait sorulara verilen en yüksek ortalama puan $4,52\pm 0,73$ ile “19. *Medya ortamlarında kullanıcı hesap veya profilleri oluşturabilirim.*” sorusudur. Fonksiyonel Üretim alt boyutuna ait sorulara verilen en düşük ortalama puan ise $4,01\pm 1,05$ ile “21. *Medya içeriklerini (resim, video klibi, metin vb.) oluşturmak için gerekli yazılım programlarını kullanabilirim.*” sorusudur.

Eleştirel Üretim alt boyutuna ait sorulara verilen en yüksek ortalama puan $4,44\pm 0,84$ ile “33. *Medya içeriği üretirken insanların farklı düşüncelerine ve özel hayatlarına saygı duyarım.*” sorusudur. Eleştirel Üretim alt boyutuna ait sorulara verilen en düşük ortalama puan ise $3,82\pm 1,19$ ile “32. *Medya içeriklerini eleştirerek karşıt veya alternatif içerikler geliştirebilmede iyiyim.*” ve $3,82\pm 1,16$ ile “35. *Görsel ve yazılı özgün/orijinal medya içerikleri (afiş, video klibi, web sayfası, vb.) geliştirebilirim.*” sorusudur.

Tablo 5. Cinsiyete Göre Yeni Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Karşılaştırılmasına İlişkin t-Testi Sonuçları

Cinsiyet		N	Ort.	Std. Sapma	T	p
Fonksiyonel Tüketim	Kadın	237	30,05	4,12	-7,407	0,000*
	Erkek	111	32,72	2,54		
Eleştirel Tüketim	Kadın	237	46,95	7,32	-4,481	0,000*
	Erkek	111	49,78	4,40		
Fonksiyonel Üretim	Kadın	237	29,90	4,91	-3,687	0,000*
	Erkek	111	31,51	3,16		

Eleştirel Üretim	Kadın	237	40,34	7,92	-4,055	0,000*
	Erkek	111	43,49	6,12		
Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği (Toplam)	Kadın	237	147,24	22,57	-5,344	0,000*
	Erkek	111	157,50	13,08		

* $p < 0,05$ ise anlamlıdır.

Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği alt boyutlarından Fonksiyonel Tüketim düzeylerinin öğrencilerin cinsiyetine göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($t = -7,407$, $p < 0,05$). Erkeklerin fonksiyonel tüketim düzeyleri ($\bar{X} = 32,72$) kadınların fonksiyonel tüketim düzeylerinden ($\bar{X} = 30,05$) daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği alt boyutlarından Eleştirel Tüketim düzeylerinin öğrencilerin cinsiyetine göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($t = -4,481$, $p < 0,05$). Erkeklerin eleştirel tüketim düzeyleri ($\bar{X} = 49,78$) kadınların eleştirel tüketim düzeylerinden ($\bar{X} = 46,95$) daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği alt boyutlarından Fonksiyonel Üretim düzeylerinin öğrencilerin cinsiyetine göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($t = -3,687$, $p < 0,05$). Erkeklerin fonksiyonel üretim düzeyleri ($\bar{X} = 31,51$) kadınların fonksiyonel üretim düzeylerinden ($\bar{X} = 29,9$) daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği alt boyutlarından Eleştirel Üretim düzeylerinin öğrencilerin cinsiyetine göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($t = -4,055$, $p < 0,05$). Erkeklerin eleştirel üretim düzeyleri ($\bar{X} = 43,49$) kadınların eleştirel üretim düzeylerinden ($\bar{X} = 40,34$) daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık (Toplam) düzeylerinin öğrencilerin cinsiyetine göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($t = -5,344$, $p < 0,05$). Erkeklerin yeni medya okuryazarlık ölçeği düzeyleri ($\bar{X} = 157,5$) kadınların yeni medya okuryazarlık ölçeği düzeylerinden ($\bar{X} = 147,24$) daha yüksektir.

Tablo 6. Yaşa Göre Yeni Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Karşılaştırılmasına İlişkin ANOVA Sonuçları

		N	Ort.	Std. Sapma	F	p
Fonksiyonel Tüketim	18-19 Yaş	135	30,67	3,67	0,696	0,555
	20-21 Yaş	117	31,28	3,54		
	22-23 Yaş	42	31,05	3,68		
	24-25 Yaş	54	30,56	5,18		
	Toplam	348	30,90	3,89		
Eleştirel Tüketim	18-19 Yaş	135	47,53	6,30	0,677	0,567
	20-21 Yaş	117	48,21	6,16		
	22-23 Yaş	42	48,79	5,80		
	24-25 Yaş	54	47,17	8,88		
	Toplam	348	47,85	6,66		

Fonksiyonel Üretim	18-19 Yaş	135	30,04	4,53	1,919	0,126
	20-21 Yaş	117	30,15	4,32		
	22-23 Yaş	42	31,79	2,92		
	24-25 Yaş	54	30,83	5,50		
	Toplam	348	30,41	4,48		
Eleştirel Üretim	18-19 Yaş	135	41,18	7,92	1,507	0,212
	20-21 Yaş	117	40,67	7,23		
	22-23 Yaş	42	43,50	5,67		
	24-25 Yaş	54	41,56	8,26		
	Toplam	348	41,34	7,53		
Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği (Toplam)	18-19 Yaş	135	149,42	20,32	0,837	0,474
	20-21 Yaş	117	150,31	19,00		
	22-23 Yaş	42	155,12	16,14		
	24-25 Yaş	54	150,11	26,78		
	Toplam	348	150,51	20,58		

Yeni Medya Okuryazarlık (Toplam) düzeyleri ayrıca Fonksiyonel Tüketim, Eleştirel Tüketim, Fonksiyonel Üretim ve Eleştirel Üretim alt boyutlarının öğrencilerin yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir ($p > 0,05$).

Tablo 7. Eğitim Durumuna Göre Yeni Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Karşılaştırılmasına İlişkin t-Testi Sonuçları

Eğitim Durumu		N	Ort.	Std. Sapma	T	p
Fonksiyonel Tüketim	Ön Lisans	228	30,63	4,21	-1,987	0,048*
	Lisans	120	31,43	3,17		
Eleştirel Tüketim	Ön Lisans	228	47,18	7,23	-2,878	0,004*
	Lisans	120	49,13	5,20		
Fonksiyonel Üretim	Ön Lisans	228	29,97	4,83	-2,776	0,006*
	Lisans	120	31,25	3,62		
Eleştirel Üretim	Ön Lisans	228	40,18	8,06	-4,471	0,000*
	Lisans	120	43,55	5,82		
Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği (Toplam)	Ön Lisans	228	147,97	22,30	-3,574	0,000*
	Lisans	120	155,35	15,81		

* $p < 0,05$

Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği alt boyutlarından Fonksiyonel Tüketim düzeylerinin öğrencilerin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($t = -1,987$, $p < 0,05$). Lisans öğrencilerinin fonksiyonel tüketim düzeyleri ($X = 31,43$) ön lisans öğrencilerinin fonksiyonel tüketim düzeylerinden ($X = 30,63$) daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği alt boyutlarından Eleştirel Tüketim düzeylerinin öğrencilerin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($t = -2,878$, $p < 0,05$). Lisans öğrencilerinin eleştirel tüketim düzeyleri ($X = 49,13$) ön lisans öğrencilerinin eleştirel tüketim düzeylerinden ($X = 47,18$) daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği alt boyutlarından Fonksiyonel Üretim düzeylerinin öğrencilerin eğitim

durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($t=-2,776$, $p<0,05$). Lisans öğrencilerinin fonksiyonel üretim düzeyleri ($X=31,25$) ön lisans öğrencilerinin fonksiyonel üretim düzeylerinden ($X=29,97$) daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği alt boyutlarından Eleştirel Üretim düzeylerinin öğrencilerin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($t=-4,471$, $p<0,05$). Lisans öğrencilerinin eleştirel üretim düzeyleri ($X=43,55$) ön lisans öğrencilerinin eleştirel üretim düzeylerinden ($X=40,18$) daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği (Toplam) düzeylerinin öğrencilerin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($t=-3,574$, $p<0,05$). Lisans öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeyleri ($X=155,35$) ön lisans öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeylerinden ($X=147,97$) daha yüksektir.

Tablo 8. Sınıfa Göre Yeni Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Karşılaştırılmasına İlişkin ANOVA Sonuçları

		N	Ort.	Std. Sapma	F	P	Anlamlı Fark
Fonksiyonel Tüketim	1. Sınıf ¹	177	30,68	3,70	2,179	0,090	
	2. Sınıf ²	96	30,53	4,66			
	3. Sınıf ³	39	31,97	2,56			
	4. Sınıf ⁴	36	31,83	3,53			
	Toplam	348	30,90	3,89			
Eleştirel Tüketim	1. Sınıf ¹	177	47,86	6,02	6,530	0,000*	3>1,2
	2. Sınıf ²	96	45,91	8,61			4>1,2
	3. Sınıf ³	39	50,00	2,72			
	4. Sınıf ⁴	36	50,67	4,90			
	Toplam	348	47,85	6,66			
Fonksiyonel Üretim	1. Sınıf ¹	177	30,53	4,22	9,636	0,000*	4>1,2,3
	2. Sınıf ²	96	28,94	5,49			3>2
	3. Sınıf ³	39	30,77	2,36			
	4. Sınıf ⁴	36	33,42	2,60			
	Toplam	348	30,41	4,48			
Eleştirel Üretim	1. Sınıf ¹	177	41,42	7,58	7,576	0,000*	4>1,2
	2. Sınıf ²	96	39,00	8,64			3>2
	3. Sınıf ³	39	43,08	3,45			
	4. Sınıf ⁴	36	45,33	4,80			
	Toplam	348	41,34	7,53			
Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği (Toplam)	1. Sınıf ¹	177	150,49	19,45	7,362	0,000*	3>1,2
	2. Sınıf ²	96	144,38	25,88			4>1,2
	3. Sınıf ³	39	155,82	4,80			
	4. Sınıf ⁴	36	161,25	14,13			
	Toplam	348	150,51	20,58			

* $p<0,05$

Yeni Medya Okuryazarlık alt boyutlarından Eleştirel Tüketim düzeyleri öğrencilerin sınıflarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($F=6,53$, $p<0,05$). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi amacıyla post-hoc testlerinden uygulanan Tamhane

test sonucuna göre 3. sınıf öğrencilerinin eleştirel tüketim düzeyleri ($\bar{X}=50$) 1.sınıf ($\bar{X}=47,86$) ve 2.sınıf ($\bar{X}=45,91$) öğrencilerine göre daha yüksektir. Ayrıca 4. sınıf öğrencilerinin eleştirel tüketim düzeyleri ($\bar{X}=50,67$) 1.sınıf ($\bar{X}=47,86$) ve 2.sınıf ($\bar{X}=45,91$) öğrencilerine göre daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık alt boyutlarından Fonksiyonel Üretim düzeyleri öğrencilerin sınıflarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($F=9,636$, $p<0,05$). Tamhane test sonucuna göre 4. sınıf öğrencilerinin fonksiyonel üretim düzeyleri ($\bar{X}=33,42$) 1.sınıf ($\bar{X}=30,53$), 2.sınıf ($\bar{X}=28,94$) ve 3.sınıf ($\bar{X}=30,77$) öğrencilerine göre daha yüksektir. Ayrıca 3. sınıf öğrencilerinin fonksiyonel üretim düzeyleri ($\bar{X}=30,77$) 2.sınıf ($\bar{X}=28,94$) öğrencilerine göre daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık alt boyutlarından Eleştirel Üretim düzeyleri öğrencilerin sınıflarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($F=7,576$, $p<0,05$). Tamhane test sonucuna göre 4. sınıf öğrencilerinin eleştirel üretim düzeyleri ($\bar{X}=45,33$) 1.sınıf ($\bar{X}=41,42$) ve 2.sınıf ($\bar{X}=39$) öğrencilerine göre daha yüksektir. Ayrıca 3. sınıf öğrencilerinin eleştirel üretim düzeyleri ($\bar{X}=43,08$) 2. sınıf ($\bar{X}=39$) öğrencilerine göre daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık (Toplam) düzeyleri öğrencilerin sınıflarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($F=7,362$, $p<0,05$). Tamhane test sonucuna göre 3. sınıf öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeyleri ($\bar{X}=155,82$) 1.sınıf ($\bar{X}=150,49$) ve 2.sınıf ($\bar{X}=144,38$) öğrencilerine göre daha yüksektir. Ayrıca 4. sınıf öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeyleri ($\bar{X}=161,25$) 1.sınıf ($\bar{X}=150,49$) ve 2.sınıf ($\bar{X}=144,38$) öğrencilerine göre daha yüksektir.

Fakat Yeni Medya Okuryazarlık alt boyutlarından Fonksiyonel Tüketim düzeyleri öğrencilerin sınıflarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Tablo 9. İnternet'te Geçirilen Sürelere Göre Yeni Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Karşılaştırılmasına İlişkin ANOVA Sonuçları

		N	Ort.	Std. Sapma	F	P	Anlamlı Fark
Fonksiyonel Tüketim	30 dakikadan az ¹	21	28,86	3,61	3,757	0,005*	5>1,2
	30 dakika- 1 saat ²	90	30,13	3,84			
	1-2 saat ³	72	31,21	3,51			
	3-4 saat ⁴	69	31,00	4,78			
	4 saatten fazla ⁵	96	31,77	3,31			
	Toplam	348	30,90	3,89			
Eleştirel Tüketim	30 dakikadan az ¹	21	44,57	5,47	4,513	0,001*	5>1,2
	30 dakika- 1 saat ²	90	46,83	6,03			
	1-2 saat ³	72	48,38	5,26			
	3-4 saat ⁴	69	46,91	8,54			
	4 saatten fazla ⁵	96	49,81	6,37			
	Toplam	348	47,85	6,66			

Fonksiyonel Üretim	30 dakikadan az ¹	21	29,14	3,53	5,670	0,000*	3>2
	30 dakika- 1 saat ²	90	29,07	4,33			5>2
	1-2 saat ³	72	31,58	2,55			
	3-4 saat ⁴	69	29,83	5,43			
	4 saatten fazla ⁵	96	31,50	4,77			
	Toplam	348	30,41	4,48			
Eleştirel Üretim	30 dakikadan az ¹	21	37,86	6,06	3,589	0,007*	3>1,2
	30 dakika- 1 saat ²	90	39,93	6,91			5>1,2
	1-2 saat ³	72	43,38	5,12			
	3-4 saat ⁴	69	41,09	8,46			
	4 saatten fazla ⁵	96	42,09	8,68			
	Toplam	348	41,34	7,53			
Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği	30 dakikadan az ¹	21	140,43	16,78	4,579	0,001*	3>1,2
	30 dakika- 1 saat ²	90	145,97	18,88			5>1,2
	1-2 saat ³	72	154,54	13,90			
	3-4 saat ⁴	69	148,83	25,99			
	4 saatten fazla ⁵	96	155,18	21,15			
	Toplam	348	150,51	20,58			

*p<0,05

Yeni Medya Okuryazarlık alt boyutlarından Fonksiyonel Tüketim düzeyleri öğrencilerin İnternet'te geçirdikleri süreler göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($F=3,757$, $p<0,05$). Tamhane test sonucuna göre 4 saatten fazla İnternet'te vakit geçiren öğrencilerinin fonksiyonel tüketim düzeyleri ($\bar{X}=31,77$) 30 dakikadan az ($\bar{X}=28,86$) ve 30 dakika- 1 saat arası ($\bar{X}=30,13$) İnternet'te vakit geçiren öğrencilerine göre daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık alt boyutlarından Eleştirel Tüketim düzeyleri öğrencilerin İnternet'te geçirdikleri süreler göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($F=4,513$, $p<0,05$). Tamhane test sonucuna göre 4 saatten fazla İnternet'te vakit geçiren öğrencilerinin eleştirel tüketim düzeyleri ($\bar{X}=49,81$) 30 dakikadan az ($\bar{X}= 44,57$) ve 30 dakika- 1 saat arası ($\bar{X}= 46,83$) İnternet'te vakit geçiren öğrencilerine göre daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık alt boyutlarından Fonksiyonel Üretim düzeyleri öğrencilerin İnternet'te geçirdikleri süreler göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($F=5,67$, $p<0,05$). Tamhane test sonucuna göre 4 saatten fazla İnternet'te vakit geçiren öğrencilerinin fonksiyonel üretim düzeyleri ($\bar{X}=31,5$) 30 dakika- 1 saat arası ($\bar{X}= 29,07$) İnternet'te vakit geçiren öğrencilerine göre daha yüksektir. Ayrıca 1-2 saat arası İnternet'te vakit geçiren öğrencilerinin fonksiyonel üretim düzeyleri ($\bar{X}=31,58$) 30 dakika- 1 saat arası ($\bar{X}= 29,07$) İnternet'te vakit geçiren öğrencilerine göre daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık alt boyutlarından Eleştirel Üretim düzeyleri öğrencilerin İnternet'te geçirdikleri süreler göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($F=3,589$, $p<0,05$). Tamhane test sonucuna göre 1-2 saat arası İnternet'te vakit geçiren öğrencilerinin eleştirel üretim düzeyleri ($\bar{X}=43,38$) 30 dakikadan az ($\bar{X}= 37,86$) ve 30 dakika- 1 saat arası ($\bar{X}= 39,93$)

İnternet'te vakit geçiren öğrencilerine göre daha yüksektir.

Yeni Medya Okuryazarlık (Toplam) düzeyleri öğrencilerin İnternet'te geçirdikleri sürelerle göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmüştür ($F=4,579$, $p<0,05$). Tamhane test sonucuna göre 1-2 saat arası İnternet'te vakit geçiren öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri ($\bar{X}=154,54$) 30 dakikadan az ($\bar{X}= 140,43$) ve 30 dakika-1 saat arası ($\bar{X}= 145,97$) İnternet'te vakit geçiren öğrencilere göre daha yüksektir. Ayrıca 4 saatten fazla İnternet'te vakit geçiren öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri ($\bar{X}=155,18$) 30 dakikadan az ($\bar{X}= 140,43$) ve 30 dakika-1 saat arası ($\bar{X}= 145,97$) İnternet'te vakit geçiren öğrencilere göre daha yüksektir.

Genel Değerlendirme ve Sonuç

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde öğrenimine devam eden öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeylerini ve yeni medya okuryazarlık bilgi ve becerilerini öğrenmeye yönelik gerçekleştirilen bu araştırmada, aynı zamanda öğrencilerin sosyo-demografik durumlarına ilişkin verilere de ulaşılmıştır. Öğrencilerin İnternet'e bağlandıkları süre ve İnternet'e girdikleri sıklık da araştırmada elde edilen veriler arasındadır.

Anket verileri incelendiğinde öğrencilerin büyük bir kısmının dört saatten fazla İnternet'te zaman geçirdikleri ortaya çıkmaktadır. Çıkan bu sonuca göre birinci araştırma sorusu olan "Öğrenciler günde kaç saatlerini İnternet'te geçirmektedirler?" sorusu da yanıtlanmıştır. Yeni medya okuryazarlık sorularına verdikleri yanıtlar incelendiğinde ise bu ölçüğe ait dört boyutun olduğu ve verilen cevapların madde ağırlıklarının bu dört boyut altında toplandığı görülmektedir. "Fonksiyonel Tüketim, Eleştirel Tüketim, Fonksiyonel Üretim ve Eleştirel Üretim" boyutlara verilen isimlerdir.

"Fonksiyonel Tüketim" maddeleri öğrencilerin medyayı kullanma durumlarını ve medyadan gelen mesajları anlamlandırma süreçlerini temsil ettiğini söyleyebiliriz. Ayrıca verilerin analizine bakıldığında Fonksiyonel Tüketim maddelerinden "*1. Medyada ihtiyaç duyulan bilgiye ulaşmak için arama motorları ve veri tabanlarını nasıl kullanacağımı bilirim.*" Maddesi en yüksek ortalamaya sahiptir. En düşük ortalama puanın ise "*6. Medya içeriklerinin politik, ekonomik ve sosyal boyutlarını anlayabilirim.*" sorusudur. Dolayısıyla bu sonuçlardan öğrencilerin medyadan bilgi edinmek için gerekli yeteneklere sahip olduğunu fakat medya içeriklerinin politik, sosyal ve ekonomik boyutlarını daha az kavradıkları sonucuna ulaşmak mümkündür.

Çalışma kapsamında "Eleştirel Tüketim" maddeleri için öğrencilerin medyadan gelen doğru ve yanlış bilgileri ayırt etme ve kavrayabilme kabiliyetlerini ölçmektedir diyebiliriz. "Eleştirel Tüketim" alt boyutuna verilen en yüksek ortalama puan "*8. Medya içeriklerinin bilgilenme, iletişim, eğlenme vb. amaç ve işlevlerini ayırt edebilirim.*" Maddesinin olduğu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca verilen en düşük ortalama puan ise "*16. Medya içeriklerini yasal ve etik açılardan (lisanssız programlar, yasak siteler, kişisel haklara saygı vb.) değerlendirebilirim.*" Sorusudur. Çıkan sonuçlardan da görüldüğü gibi öğrenciler medya içeriklerinin amaç ve işlevlerini kavrama becerilerine sahiptirler. Fakat medyada oluşturulan içeriklerin etik ve yasal olarak değerlendirme süreçlerinde sıkıntı yaşadıkları görülmektedir.

Bu çalışmada "Fonksiyonel Üretim" maddeleri için öğrencilerin medyada bulunma, medya ortamlarında var olma bilgilerinin ve yeteneklerinin olup olmadığını belirlemelerine yönelik olduğunu söyleyebiliriz. "Fonksiyonel Üretim" boyutunda ise en yüksek ortalama puan "*19. Medya ortamlarında*

kullanıcı hesap veya profilleri oluşturabilirim.” Sorusudur. Ayrıca en düşük ortalama puan ise *“21. Medya içeriklerini (resim, video klibi, metin vb.) oluşturmak için gerekli yazılım programlarını kullanabilirim.”* Sorusudur. Dolayısıyla öğrencilerin medya ortamlarını kullanmak için gerekli bilgi ve yeteneğe sahip oldukları görülmektedir. Fakat öğrencilerin yazılım programlarını kullanmada zorluk yaşadıkları da çıkan sonuçlar arasındadır.

Çalışma kapsamında “Eleştirel Üretim” maddeleri için öğrencilerin medyada aktif bir rol oynayıp oynamadıklarını öğrenmeyi sağlamaktadır diyebiliriz. “Eleştirel Üretim” alt boyutuna ait sorulara verilen en yüksek ortalama puan ise *“33. Medya içeriği üretirken insanların farklı düşüncelerine ve özel hayatlarına saygı duyarım.”* Sorusudur. “Eleştirel Üretim” alt boyutuna ait sorulara verilen en düşük ortalama puan ise *“32. Medya içeriklerini eleştirerek karşıt veya alternatif içerikler geliştirebilmede iyiyim.”* ve *“35. Görsel ve yazılı özgün/orijinal medya içerikleri (afiş, video klibi, web sayfası, vb.) geliştirebilirim.”* Maddesi olduğu veriler sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu verilere göre öğrencilerin medya içeriği üretirken insanların özel hayatlarına ve fikirlerine saygı çizgisini korudukları görülmektedir. Ortaya çıkan verilere göre ise öğrencilerin medya içeriklerini eleştirme konusunda ve özgün medya içerikleri üretmede sorun yaşadıkları sonucuna ulaşılmaktadır.

Çıkan veriler incelendiğinde yeni medya okuryazarlık düzeylerinin öğrencilerin cinsiyetine göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı sonucuna ulaşılmaktadır. Erkek öğrencilerin yeni medya okuryazarlık ölçeği düzeylerinin, kadın öğrencilerin yeni medya okuryazarlık ölçeği düzeylerinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Böylelikle çalışma kapsamında cevabı aranan ikinci araştırma sorusu “Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermekte midir?” sorusu da cevaplanmıştır.

Üçüncü araştırma sorusu olan “Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermekte midir?” sorusunun cevabına bakıldığında ise, öğrencilerin yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, yeni medya okuryazarlık ölçeği düzeyleri öğrencilerin eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Lisans eğitimine devam eden öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri ön lisans eğitimine devam eden öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeylerine göre daha gelişmiştir. Verilerden elde edilen bilgilere göre, “Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri eğitim düzeyine göre farklılık göstermekte midir?” sorusunun yanıtlandığı görülmektedir. Böylelikle dördüncü araştırma sorusu da cevaplanmıştır.

Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri sınıflarına göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Bu sonuca göre beşinci araştırma sorusunun yanıtlandığı görülmektedir. Tamhane test sonucuna göre 3. sınıf öğrencilerinin yeni medya okuryazarlık düzeylerinin 1.sınıf ve 2.sınıf öğrencilerine göre daha gelişmiş olduğu görülmektedir. 4. sınıfta okuyan öğrencilerin ise yeni medya okuryazarlık düzeylerinin 1.sınıf ve 2.sınıfta okuyan öğrencilere göre daha gelişmiş olduğu sonucuna varılmaktadır.

Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri İnternet’te geçirdikleri süreler göre istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Dolayısıyla altıncı araştırma sorusu olan “Öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri İnternet’te geçirilen süreye göre farklılık göstermekte midir?” sorusu da yanıtlanmıştır. Yapılan Tamhane test sonucuna göre 1-2 saat arası İnternet’te vakit geçiren öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri 30 dakikadan az ve 30 dakika- 1 saat arası

İnternet'te vakit geçiren öğrencilere göre daha gelişmiş olduğu sonucuna varılmaktadır. Verilere bakıldığında, 4 saatten fazla İnternet'te vakit geçiren öğrencilerin yeni medya okuryazarlık düzeyleri, 30 dakikadan az ve 30 dakika-1 saat arası İnternet'te vakit geçiren öğrencilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tüm bu bilgiler ışığında İnternet'te fazla zaman geçiren öğrencilerin, az zaman geçiren öğrencilere göre yeni medya okuryazarlık düzeylerinin daha gelişmiş olduğu görülmektedir. Çıkan bu sonuç öğrencilerin bu dijital medya ortamlarına alıştığını ve bu ortamları tecrübe ederek bilgilendiğini, çağın getirdiği yeniliklere ayak uydurduklarını göstermektedir. Öğrenciler teknolojinin ve İnternet'in sağladığı bilgiye ulaşma kolaylığını kullanarak, bu ortamlarda çok zaman geçirerek gelen bilgileri kendi akıl süzgeçlerinden geçirme tecrübesi kazanmaktadırlar. Zamanla kazanılan bu yeteneklere karşı yine de tedbirli olmalı öğrencileri hem geleneksel medya araçlarından hem de yeni medya araçlarından gelen tehlikelere karşı akademik bir okuryazarlık dahilinde bilinçlendirmek gerekmektedir. Böylece öğrenciler medya ortamlarına karşı kendilerini hazır hissedecek hem de gerçek bilgiye ulaşma yolunda daha çok farkındalık kazanacaklardır. Bu sebeple yeni medya okuryazarlık ile ilgili derslerin artırılması, öğrencilerin teknolojik gelişmelere karşı bilgilendirilmeleri önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Altıntop, M., Bak, G. ve Bak, A. (2020). Yeni Medya Okuryazarlığı. *Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(24), 414-421.
- Aydoğan, F.ve Kırık, A. M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18, 58-69.
- Binark, M. ve Bek, M. G. (2007). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. İstanbul: Kalke-don Yayınları.
- DeCarlo, L. T. (1997). On the Meaning and Use of Kurtosis. *Psychological Methods*, 2(3), 292-311.
- Frau-Meigs, D. (2008). Media Literacy and Human Rights: Education for Sustainable Societies. *Medijska Istraživanja: Znanstveno-stručni Casopisza Novinarstvo i Medije*, 14(1), 51-82.
- Hobbs, R. (2010). Dijital Çağda Medya Okuryazarlığını Yeniden Tanımlamak. (F. Yıldız, Çev.), *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(3), 87-95.
- İlhan, E. ve Aydoğdu, E. (2015). Medya Okuryazarlığı Dersi ve Yeni Medya Algısına Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(1), 52-68.
- Karaduman, S. (2019). Yeni Medya Okuryazarlığı: Yeni Beceriler/Olanaklar/Riskler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 683-700.
- Koç, M. ve Barut, E. (2016). Development and Validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for University Students. *Computers in Human Behavior*, 63, 834-843.
- Lee, L., Chen, D. T., Li, J. Y. & Lin, T. B. (2015). Understanding New Media Literacy: The Development of a Measuring Instrument. *Computers & Education*, 85, 84-93.
- Lin, T. B., Li, J. Y., Deng, F. & Lee, L. (2013). Understanding New Media Literacy: An Explorative Theoretical Framework. *Journal of Educational Technology & Society*, 16(4), 160-170.
- Livingstone, S. (2008). Internet Literacy: Young People's Negotiation of New Online Opportunities. In: T. McPherson

(Eds.). *Digital Youth, Innovation, and the Unexpected*. (pp. 22-101).. Massachusetts: The MIT Press.

Livingstone, S., Tambini, D., Belakova, N. & Goodman, E. (2018). *Protection of Children Online. Does Current Regulation Deliver*. London: Media Policy Project.

Maignet, É. (2011). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. (H. Yücel, Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

Tripp, L. (2011). Digital Youth, Libraries, and New Media Literacy. *The Reference Librarian*, 52(4), 329-341.

Uyar, M. (2020). *Sayısal Uçurum ve Medya Okuryazarlığı Bağlamında Çocukların İnternet Kullanımları: Ankara Örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

İnternet Kaynakları

Jenkins, H. (2018, 4 Aralık). What are New Media Literacies? [Video]. Erişim Adresi [28.03.2022]: <https://techtv.mit.edu/collections/newmedialiteracies/videos/770-what-are-the-new-media-literacies>.

Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A., ve Weigel, M. (2006). "Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century". 28 Ocak 2022 tarihinde https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf adresinden erişildi.

Türkiye İstatistik Kurumu [TUİK]. (2021). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. 25 Ocak 2022 tarihinde [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim%20Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim%20Arastirmasi-2021-37437) adresinden erişildi.

We Are Social Digital. (2021). Sosyal Medya Kullanım Araştırması. 26 Ocak 2022 tarihinde <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/> adresinden erişildi.

Extended Abstract

Purpose of Research

This research was conducted on youth between the ages of 18 and 25 who are the current student of Çanakkale Onsekiz Mart University during the academic year of 2021-2022. The purpose of this research was to determine the new media literacy knowledge and skills levels of associate degree and undergraduate students.

Research Questions

The research questions of the research are as follows.

- 1) How many hours a day do students spend on the Internet?
- 2) Do students' new media literacy levels differ according to their gender?
- 3) Do students' new media literacy levels differ according to their age?
- 4) Do students' new media literacy levels differ according to their educational level?
- 5) Do students' new media literacy levels differ according to grade?
- 6) Do students' new media literacy levels differ according to the time spent on the Internet?

Literature Review

In the literature, there are studies explaining the concept of new media literacy and the importance of this concept. The concept of new media literacy is the situation in which people participate in changing cultural processes by improving their social skills. In this process, it is important for societies to have cultural skills. Because media literacy is thought to be a way of knowing (Jenkins, 2008). New media literacy is an educational movement. This educational movement gives people the awareness of reading various data (sound, image, written text, etc.) coming from new media or traditional media environments. In particular, it enables people to develop themselves in processes such as analyzing the information presented by various media channels, reading correctly, understanding correctly, and evaluating (Karaduman, 2019, s. 687-688). It is important to increase and update studies on new media literacy. Therefore, it is thought that this research will contribute to the literature.

Methodology

The aim of this research is to determine the new media literacy levels of undergraduate and associate degree students of Çanakkale Onsekiz Mart University. Çanakkale Onsekiz Mart University has 40129 undergraduate and associate degree students. In this research, carried out using the general scanning model, students were reached by random sampling technique and an online questionnaire was applied. Descriptive statistics technique was used in the research conducted with 348 students aged between 18 and 25. Participants were asked 7 questions consisting of 2 parts. The first 6 questions are aimed at learning the socio-demographic characteristics of the participants and the frequency of Internet use. In other questions, the New Media Literacy Scale developed by Koç and Barut (2016) was used after the necessary permissions were obtained. The findings obtained in the research were analyzed using the SPSS 20 package program.

Results and Conclusion

This research was conducted to learn the new media literacy levels, and new media literacy knowledge and skills of Çanakkale Onsekiz Mart University's students. As a result of the research, according to the findings obtained, it was revealed that the students generally benefited from the media to obtain information. In addition, it was seen that the students comprehended the purposes and functions of the contents produced in the media. It has been revealed that the ability of the students to evaluate media content ethically and legally was insufficient, and they had difficulties in criticizing media content and creating original media content.

When the findings were examined, it was seen that the new media literacy levels of male students were higher than the new media literacy levels of female students; that the new media literacy levels of the undergraduate students were higher than those of the associate degree students. It was concluded that the new media literacy levels of the students who spent time between 1 and 2 hours on the Internet were higher than those who spent less than 30 minutes and between 30 minutes and 1 hour on the Internet. According to the results of the data, it was seen that the new media literacy levels of the students who spent more than 4 hours on the Internet were higher than those who spent less than 30 minutes and between 30 minutes and 1 hour on the Internet.

As a result, it was seen that students were accustomed to technological developments and digital

media environments. Furthermore, the students were accustomed to accessing information quickly and easily by using the Internet and technological environments. As a matter of fact, young people who grew up in these environments were able to grasp the information and messages coming from digital and new media environments. However, it was important to raise awareness of young people against the dangers and risks that may arise from new media environments. Therefore, within the framework of this information, it is of great importance to give new media literacy courses to the students, to increase the number of the courses on this subject, and to raise awareness of the young generation towards all kinds of messages and content that will come from the new media environments.