



ISSN 1304-8120 | e-ISSN 2149-2786

Araştırma Makalesi * Research Article

Üniversite Öğrencilerinin Metaverse'e Yönelik Tutum ve Farkındalık Düzeylerinin Postmodern Tüketim Anlayışı ve Dijital Okuryazarlık Düzeyleri ile İlişkisi

The Relationship of University Students' Attitudes and Awareness towards Metaverse with Postmodern Consumption Understanding and Digital Literacy Levels*

Zührem YAMAN

Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
zyaman@selcuk.edu.tr

Orcid ID: 0000-0001-9796-7063

Zeynep ELMAZ

Selçuk Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Mütercim Tercümanlık Bölümü
Zeyneo.ZE@gmail.com

Orcid ID: 0009-0002-5570-4489

Öz: Dijitalleşme alanındaki bu radikal dönüşümler bireylerin okuryazarlıkları ile ilgili farkındalıklarını da etkilemeye başlamıştır. Günümüzde özellikle genç bireylerin sosyo-demografik ve teknolojik değişimlere bağlı olarak bakış açılarında da değişimler gözlenmektedir. Eğitim, öğretim, oyun, spor, eğlence, alışveriş, istihdam vb. gibi çoğu konu da zaman ve mekân kavramı ortadan kalkarak her türlü erişim imkânı ortaya çıkmıştır. Bu imkânlardan faydalanırken de dijital okuryazarlık farkındalığına sahip bireylerin sadece daha önceden deneyimlediği teknolojik imkanların yanında faydalanabileceği, yeteneklerini gösterebileceği, zaman ve mekân kısıntısından bağımsız yetkinliklerini sergileme şansı bulacağı alanlarda oluşabilmektedir. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık düzeylerinin belirlenmesi; postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık ilişkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda üniversite öğrencilerinin faydalandıkları teknolojik araçlara bağlı olarak dijital okuryazarlık düzeylerinde farklılaşma olduğu ve öğrencilerin Metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık arttıkça postmodern tüketim anlayış düzeyi arttığı görülmektedir. Ayrıca Postmodern tüketim anlayışı ile bireylerde dijital zenginleşmeye karşı ilgi metaverse'e yönelik farkındalığa katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda öğrencilerin metaverse'e yönelik tutum düzeyleri ile dijital okuryazarlık düzeyi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre gençlerin kolay ulaşılabilir teknolojik araçları kullanması, dijitalleşme ve bilgiye ulaşma konusunda fayda sağlayabileceği gibi metaverse ile ilgili kavram ve olaylar hakkında bilgi ve duyum almasına katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Metaverse, Postmodern Tüketim, Postmodern Tüketici, Dijital Okuryazarlık, Üniversite Öğrencileri

Abstract: These radical transformations in the field of digitalization have begun to affect individuals' awareness of their literacy. Today, changes are observed in the perspectives of especially young individuals depending on

* Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında tamamladığı Tübitak projesinden üretilmiştir.

socio-demographic and technological changes. Education, training, games, sports, entertainment, shopping, employment, etc. In many subjects, such as, the concept of time and space has disappeared and all kinds of access opportunities have emerged. While taking advantage of these opportunities, it can occur in areas where individuals with digital literacy awareness can only benefit from the technological opportunities they have experienced before, show their talents, and have the chance to demonstrate their competencies independent of time and place constraints. In this study, determining the attitudes and awareness levels of university students towards the metaverse; It is aimed to evaluate the relationship between postmodern consumption understanding and digital literacy. As a result of the research, it is seen that there is a differentiation in the digital literacy levels of university students depending on the technological tools they use, and the level of postmodern consumption understanding increases as students' attitudes and awareness towards Metaverse increase. In addition, with the understanding of postmodern consumption, the interest in digital enrichment in individuals contributes to the awareness of the metaverse. At the same time, it was determined that there was a positive and significant relationship between students' attitudes towards the metaverse and their level of digital literacy. According to these results, young people's use of easily accessible technological tools not only provides benefits for digitalization and access to information, but also contributes to follow up on the concepts and events related to the metaverse.

Keywords: Metaverse, Postmodern Consumption, Postmodern Consumer, Digital Literacy, University Students

GİRİŞ

Teknolojik gelişmelerin her geçen gün hız kesmeden ilerleyişi, iletişimi de güçlendirerek bilginin her yerde ve her şekilde bulunmasının da yolunu açmıştır. Günümüzde dijitalleşme olarak adlandırdığımız bu kavramın ile ilk zamanlarda belirli alanlarda aktifliğine şahit olurken Covid 19 pandemi süreci ile birlikte tüm bireyler, kurumlar ve ülkeler bazında da zorunluluk haline gelmeye başladığını görmekteyiz. Lee (2021), Metaverse'in yükselişini Covid-19 pandemisi dönemindeki yüz yüze olmayan iletişimin sürekliliği ile gerekçelendirmiştir. Zaman içerisinde yeni iletişim ortamlarının ve teknolojilerinin günlük yaşamda hızla yaygınlık göstermesi yeni birçok kavram ve olgunun da hayatımıza dâhil olmasını sağlıyor (Çelik,2022:68). Bunun yanı sıra dijitalleşme ile çok boyutlu bir sanal dünyanın oluşması, arttırılmış sanal gerçeklik teknolojileri ve kripto para uygulamaları gibi birçok uygulamaların hayatımıza girişi ile birlikte metaverse dönüşümü yaşanmaya başlamıştır.

Dijital sanal dünyalar yeni bir oluşum olmamakla birlikte birleşik, yüksek sayıda kullanıcıya açık ve müdahale edilebilir birleşik sanal bir evren, farklı disiplinleri bir araya getiren ortak bir platform sunmaktadır (Yüksel ve Yıldız,2022:6). Ortaya çıkan bu platformları kullanan bireylerin ise bu dijital dünyayı anlama noktasında birtakım zorluklar yaşadıkları da görülmektedir. Toplumun modern bir yönetim anlayışından postmodern bir anlayışa evrilmesi ile gençler artık dijital araçların kullanımını basılı araçlara tercih eden, genellikle yalnız ama dijital sosyal çevresi gelişmiş bir nesil olarak karşımıza çıkmaktadır (Baki, 2015). Postmodern tüketim anlayışı içerisinde tüm bireyler olduğu gibi gençlerde de sosyo demografik ve teknolojik bakış açılarına bağlı olarak değişimler görülmektedir. 21. Yüzyılda öğrenme hızla değişen ve teknoloji ile dolu bir ortamda gerçekleşmektedir (Yang&Wu, 2012). Bilgiye kolay ulaşılabilirliğin artması ile sorgulayıcı ve araştırmacı özelliklere sahip gençler yenilikleri daha hızlı takip edebilmekte ve gençlerin kolay uyum sağlayabilmesi de beklenmektedir.

Dijital Okuryazarlık Kavramı

21. Yüzyıl becerilerini oluşturan kategorilerden biri de dijital ortam odaklı okuryazarlıklardır (Jakes, 2006). Dijital okuryazarlık, dijital araçları dijital kaynakları fark etmek, erişmek, yönetmek, değerlendirmek, analiz etmek ve sentezlemek; yeni bilgi oluşturmak, kitle iletişim araçlarında ifadeler oluşturmak ve başkalarıyla iletişim kurabilmek için bireylerin farkındalığı, tutumu ve yeteneğidir (Martin, 2005).

Buckingham (2008) dijital okuryazarlık için temel becerilerin gerekli olduğunu fakat dijital okuryazarlığın bir bilgisayarın, klavyenin nasıl kullanılacağını veya çevrimiçi aramaların nasıl yapıldığını öğrenme meselesinden çok daha fazlası olduğunu belirtmiştir. Eğer öğrenciler tıpkı basılı materyalde olduğu gibi dökümanları bilgiye dönüştüreceklerse, bilgiyi eleştirel olarak değerlendirebilmeli ve kullanabilmelidirler. Dijital okuryazarlık demek gençlerin teknoloji aracılığıyla etkileşim içerisine girdiği eğitim, alışveriş, spor, oyun, sosyalleşme gibi tüm faaliyetlerinde belirli amaçlar doğrultusunda ve olası risklerin en aza indirgenerek teknolojinin kullanılmasını ifade etmektedir. Dolayısıyla postmodern tüketim anlayışına göre hareket eden gençlerin dijital okuryazarlık

ile ilgili bilgi ve tutumlarına yönelik farkındalığın oluşturulması sanal dünya da ve gelişmiş bir boyutunu temsil eden metaverse uygulamalarına karşı daha bilinçli yaklaşılması gerekliliği ise varsayım unsurunu oluşturmaktadır.

Gençlerin teknolojiye ve teknolojinin nimetlerine kolay ulaşabilir olmaları, postmodern toplum içerisinde farklılaşan, sınır ötesine taşıyan disiplinler arası yaklaşım bireylerin dijital okuryazarlıklarının gelişmesine ve daha bilinçli olmalarına katkı sağlayacaktır. Dijital okuryazarlık noktasında bu farkındalık ise çağımızın teknolojik gelişmelerine yönelişte daha yetkin ilerlemesi, metaverse kavramının tam olarak anlaşılması ve kullanım amaçları ve gelişimini de destekleyeceği düşünülebilir.

Metaverse ve Dijital Okuryazarlık İlişkisi

Metaverse hayatımıza yeni giren bir kavram olsa da postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık alanında birçok çalışma bulunmaktadır. Günümüzde teknolojik imkanlara sahip olabilmek kadar bu imkanların etkin bir şekilde amacına uygun kullanımı da önemli olmaktadır. 2015 yılında belirlenen Küresel Amaçlar içerisinde nitelikli eğitimin okuryazarlığı olduğu kadar dijital alanda da dijital okuryazarlığı desteklemesi, yetenek tipine göre bilgi iletişim teknolojilerine sahip gençlerin oranının artırılması ve aynı zamanda yaşam boyu eğitimi de destekleyici faaliyetlerin belirlenmesinde mevcut durumun analiz edilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir (<https://www.kureselamaclar.org>). Aynı şekilde küresel amaçlar içerisinde yer alan sorumlu üretim ve tüketim, yenilikçi altyapıların oluşturulmasında, çevreye uyumlu teknolojilerin geliştirilmesinde dijital okuryazarlık farkındalığı ve metaverse kavramının disiplinler arası etkileşiminin de önemi bulunmaktadır. Metaverse, insan merkezli bilgi işlem olarak kabul edilen sanal bir dünya olmasına rağmen, özellikle erişilebilirlik, çeşitlilik, eşitlik ve insanlık açısından gerçek dünya üzerinde önemli ölçüde olumlu bir etki göstermektedir (Duan ve Diğ., 2021:154). Yüksek öğretim çatısı altında ise, üniversitelerin birçok bölümünde tüketim, tüketici davranışı, dijital dönüşüm ve dijital dönüşümün yaşandığı birçok alanı vurgulayan derslerin olduğunu da görmekteyiz. Teknolojiye yatkınlığını, dijital okuryazarlık farkındalığı ile bütüncül olarak değerlendirebilme kabiliyetine sahip genç toplum söz konusu teknolojik gelişimleri değerlendirirken metaverse uygulamaları da dahil olmak üzere kendilerine fayda sağlayıcı yönde kullanabilme yetisini de kazanabilecekleri bir süreç olarak nitelendirilebilir. Gençlerin tutum ve farkındalıklarının saptanması ve değerlendirilmesi ve varsa bilgi eksikliklerinin tamamlanmasına fırsat tanıyacak ve çalışma sonuçlarına bağlı olarak üniversitelere dijital okuryazarlık, gençlerin tüketim davranışları ve metaverse kavramının gençler tarafından doğru anlaşılabilir uygun alanlarda kullanılması ve karşılaşılabilecek risklerin en aza indirgenmesi açısından alınması gereken aksiyonlar belirlenecektir.

Araştırma Soruları

- 1- Üniversite öğrencilerinin Metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık düzeyleri nedir?
- 2- Üniversite öğrencilerinin postmodern tüketim algısı düzeyleri nedir?
- 3- Üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyleri nedir?
- 4- Üniversite öğrencilerinin Metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık düzeyleri ile postmodern tüketim algısı düzeyi ve dijital okuryazarlık düzeyleri arasında ilişki var mıdır?
- 5- Üniversite öğrencilerinin sosyo-demografik özellikleri ile Metaverse'e yönelik tutum ve farkındalıkları, postmodern tüketim algısı ve dijital okuryazarlık düzeyleri açısından arasında fark var mıdır?
- 6- Üniversite öğrencilerinde postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalaması metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık puan ortalamasının bir belirleyicisi midir?

YÖNTEM

Araştırma, 2022-2023 eğitim-öğretim yılında Selçuk Üniversitesi'nde lisans düzeyinde eğitim gören 386 lisans öğrencisi ile tamamlanmıştır. Örneklem seçiminde gelişigüzel örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında araştırmacılar tarafından ilgili literatür

çerçevesinde hazırlanan Kişisel Bilgi Formu, Metaverse Ölçeği (Süleymanoğulları, Özdemir, Bayraktar ve Vural,2022), Postmodern Tüketici Ölçeği (Fırat ve Shultz,2001), (Çolak ve Görkem,2019) ve Dijital Okuryazarlık Ölçeği (Bayrakçı,2020) kullanılmıştır. Çalışmaya başlamadan önce Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi Bilimsel Etik Kurulu'nun 21.11.2022 tarihli ve E-409562 sayılı yazısı ile etik kurul izni alınmıştır.

Araştırma verilerinin analizinde IBM SPSS 25 paket programı kullanılmıştır. Veriler sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma şeklinde özetlenmiştir. Verilerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogrov-Smirnov testi ile değerlendirilmiştir. Normal dağılım göstermeyen verilerin analizinde ise Mann Whitney U testi, Kruskal Wallis ve Spearman Korelasyon analizi kullanılmıştır. Çalışmada Metaverse'e yönelik tutum ve farkındalığı etkileyebilecek postmodern tüketim ve dijital okuryazarlık değişkenlerini değerlendirmek için backward metodu seçilerek çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Sonuçlar %95 güven aralığında ve $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

Bulgular

Tablo 1: Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri

Değişken	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	196	50,8
Erkek	190	49,2
Yaş		
18-21 Yaş	253	65,6
22-25 Yaş	107	27,7
26 Yaş ve Üzeri	26	6,7
Programı		
Sözel Alan	102	26,5
EA	165	42,7
Sayısal Alan	119	30,8
Sınıf Düzeyi		
1. 1.Sınıf	17	4,4
2. 2.Sınıf	74	19,2
3. 3.Sınıf	119	30,8
4. 4.Sınıf	173	44,8
5. Diğer (Veterinerlik/Tıp)	3	0,8
Aylık Ortalama Harcama		
500 TL ve 1000 TL	99	25,6
1001 TL-2000TL	136	35,2
2001 TL-3000TL	86	22,3
3001 TL-4000 TL	24	6,3
4001 TL ve Üzeri	41	10,6
Faydalanılan Teknolojik Araçları		
Telefon/Tablet	92	23,8
Telefon/Laptop	199	51,6
Telefon/Tablet/ Laptop	61	15,8
Telefon/Tablet/ MasaüstüBilgisayar	25	6,5
Hepsi	9	2,3

Tablo 1.'de çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin sosyo-demografik özelliklerine ait dağılımlara yer verilmiştir. Araştırma katılan öğrencilerin %50,8'i kadın öğrencilerden oluşurken, %65,6'sı 18-21 yaş aralığına sahiptir. Öğrencilerin %44,8'i 4. Sınıfa devam edenlerden ve %42,7'si sözel alanlarda yer alan bölümlerde eğitim almaktadır. Katılım sağlayan öğrencilerin %35,2 si 1001 TL-2000 TL arasında aylık harcama sağlarken, %51,6'sının faydalandıkları teknolojik araçlar telefon ve laptop şeklinde olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 2. Üniversite öğrencilerinin metaverse ölçeği, postmodern tüketici ölçeği ve dijital okuryazarlık ölçeği puan ortalamaları ve alt boyutları

Ölçekler	N	Madde Sayısı	Ort±Ss	Min-Max	Cronbach Alfa
Metaverse Ölçeği toplam puan	386	12	51,84±8,37	15-75	0,86
<i>Dijitalleşme Alt Boyutu</i>	386	3	10,27±2,37	3-15	
<i>Teknoloji Alt Boyutu</i>	386	7	25,50±4,26	7-35	
<i>Sosyal Alt Boyutu</i>	386	2	6,25±1,74	2-10	
<i>Yaşam Biçimi Alt Boyutu</i>	386	3	10,90±2,25	3-15	
Postmodern Tüketim Ölçeği toplam puan	386	12	35,65±7,44	14-60	0,80
<i>Çoklu Benlik Alt Boyutu</i>	386	4	12,77±3,40	4-20	
<i>Dağınık Özne Alt Boyutu</i>	386	4	11,44±3,17	4-20	
<i>Gerçeküstüçülük Alt Boyutu</i>	386	4	11,41±3,16	4-20	
Dijital Okuryazarlık Ölçeği toplam puan		29	107,37±16,88	33-145	0,93
<i>Etik ve Sosyal Sorumluluk Boyutu Alt Boyutu</i>	386	2	27,99±4,26	11-35	
<i>Genel Bilgi ve İşlevsel Beceriler Alt Boyutu</i>	386	6	20,18±5,36	6-30	
<i>Günlük Kullanım Alt Boyutu</i>	386	6	23,81±4,26	6-30	
<i>Profesyonel Üretim Alt Boyutu</i>	386	2	5,51±2,09	2-10	
<i>Gizlilik ve Güvenlik Alt Boyutu</i>	386	4	16,40±2,90	4-20	
Sosyal Boyut		4	13,57±3,45	4-20	

Tablo 2.'de çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin Metaverse ölçeği, Postmodern Tüketici ölçeği ve Dijital Okuryazarlık ölçeği ve alt boyutlarına yönelik puan ortalamaları dağılımına yer verilmiştir. Metaverse ölçeği toplam puan ortalaması 51,84±8,37; Postmodern Tüketici ölçeği toplam puan ortalaması 35,65±7,44 ve Dijital Okuryazarlık ölçeği toplam puan ortalaması 107,37±16,88 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3. Üniversite öğrencilerinin sosyodemografik özelliklerine göre metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık puan ortalaması dağılımı

Değişken	Metaverse'e Yönelik Tutum Düzeyi Ort±SS	Test Değeri P	Postmodern Tüketim Anlayış Düzeyi Ort±SS	Test Değeri P	Dijital Okuryazarlık Düzeyi Ort±SS	Test Değeri P
Cinsiyet						
Kadın	51,78±7,81	t: -0,152	35,11±7,76	t: -1,426	107,10±15,84	t: 1,570
Erkek	17,21±4,24	p: 0,880	36,20±7,83	p: 0,155	17,21±4,24	p: 0,209
Yaş						
18-21 Yaş	52,02±7,96		35,95±7,27		107,17±16,45	
22-25 Yaş	51,72±8,21	Z: 0,791	35,24±7,32	Z: 1,153	106,76±16,78	Z: 4,849
26 Yaş Üzeri	50,30±12,25	p: 0,673	34,32±9,55	p: 0,562	113,07±20,36	p: 0,089
Sınıf						

1.Sınıf	52,79±8,60		36,35±6,81		108,75±15,02	
2.Sınıf	50,63±8,50	Z: 9,724	36,20±7,34	Z: 6,639	105,49±18,62	Z: 2,895
3.Sınıf	52,07±7,88	p: 0,005*	33,68±8,02	p: 0,156	107,87±16,08	p: 0,576
4.Sınıf	53,63±7,44		35,53±7,72		109,48±16,78	
Diğer (Vet. /Tıp./Diş)	41,66±4,61		23,66±7,57		111,33±13,05	
AylıkHarcama						
500 TL-1000 TL	51,13±9,29		35,64±7,26		105,96±17,28	
1001TL-2000 TL	53,51±6,17	Z: 12,548	36,63±7,32	Z: 6,014	105,30±15,47	Z: 9,390
2001 TL-3000 TL	50,08±9,26	p: 0,014*	33,88±7,42	p: 0,198	108,62±17,26	p: 0,052
3001 TL-4000 TL	54,91±7,99		35,62±8,46		116,62±17,66	
4001 TL ve Üzeri	49,77±9,50		36,07±7,40		110,29±17,50	
Eğitim Alanı						
Sözel Alan	50,62±7,67		35,48±8,29		105,99±16,23	
EA	52,44±9,22	Z: 3,826	36,24±7,43	Z: 1,891	109,45±17,73	Z: 6,945
Sayısal Alan	52,05±7,64	p: 0,146	34,96±6,65	p: 0,388	105,96±16,04	p: 0,031
FaydalanılanTeknolojikAraçlar						
Telefon/Tablet	50,14±9,71		36,48±7,21		101,07±17,48	
Telefon/Laptop	52,14±7,62	Z: 6,608	34,82±7,47	Z: 6,639	106,99±14,36	Z: 34,213
Telefon/Tablet/ Laptop	53,11±8,71	p: 0,158	37,16±6,64	p: 0,156	114,62±19,23	p: 0,000*
Telefon/Tablet/ MasaüstüBilgisa yar Hepsi	52,60±7,42		36,16±9,17		113,76±18,85	
	51,75±8,87		33,77±8,10		116,88±13,53	

KW: Kruskal Wallis testi, Z: Mann-Whitney U testi, r: Spearman korelasyon

Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin sosyodemografik özelliklerine göre metaverse'e yönelik tutum puan ortalaması dağılımı incelendiğinde; cinsiyet, yaş, öğrenim gördüğü eğitim alanı ve faydalanılan teknolojik araçlar değişkenleri ile metaverse ölçeği puan ortalaması arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı saptanırken, sınıf ve aylık harcama değişkenleri ile metaverse ölçeği puan ortalaması arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Farkın sınıf düzeyi değişkenleri üzerinde birinci sınıf ve dördüncü sınıfta eğitim gören öğrencilerden kaynaklandığı görülmektedir. Aynı zamanda aylık harcama değişkenlerinde oluşan farkın ise 3001 TL-4000 TL geliri olan öğrencilerden kaynaklandığı tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Üniversite öğrencilerinin sosyodemografik özelliklerine göre postmodern tüketim anlayış düzeyi puan ortalaması dağılımı incelendiğinde; cinsiyet, yaş, sınıf, aylık harcama, öğrenim gördüğü eğitim alanı ve faydalanılan teknolojik araçlar değişkenleri ile postmodern tüketim ölçeği puan ortalaması arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$).

Çalışmaya katılan öğrencilerinin sosyodemografik özelliklerine göre dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalaması dağılımı incelendiğinde; cinsiyet, yaş, sınıf, aylık harcama ve öğrenim gördüğü eğitim alanı ile dijital okuryazarlık ölçeği puan ortalaması arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Katılımcıların faydalanılan teknolojik araçlar değişkenleri ile dijital okuryazarlık ölçeği puan ortalaması arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$), farkın ise öğrencilerin faydalandığı teknolojik araçları Tablet/Telefon'a sahip katılımcılardan kaynaklandığı görülmüştür (Tablo 3).

Tablo 4. Metaverse ölçeği, postmodern tüketim ölçeği ve dijital okuryazarlık ölçeği arasındaki ilişki

		Metaverse'e Yönelik Tutum Düzeyi	Postmodern Tüketim Anlayış Düzeyi	Dijital Okuryazarlık Düzeyi
Metaverse'e Yönelik Tutum Düzeyi	r	1	0,319	0,287
	p		0,000	0,000
Postmodern Tüketim Anlayış Düzeyi	r		1	0,072
	p			0,000
Dijital Okuryazarlık Düzeyi	r			1
	p			

* r: Spearman korelasyon, p<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4.'de üniversite öğrencilerinin metaverse'e yönelik tutum puan ortalaması, postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalamaları karşılaştırıldığında; metaverse ölçeği toplam puan ortalaması ile postmodern tüketim anlayışı ölçeği toplam puan ortalamaları arasında pozitif yönde zayıf düzeyde bir ilişki olduğu (r: 0,319; p<0,05) belirlenmiştir (Evans,1996). Başka bir ifade ile metaverse ölçeği toplam puan ortalaması arttıkça postmodern tüketim anlayışı ölçeği toplam puan ortalaması artmaktadır. Aynı zamanda katılımcıların metaverse'e yönelik tutum düzeyleri ile dijital okuryazarlık düzeyi arasında pozitif yönde ve zayıf düzeyde ilişki olduğu belirlenmiştir (r: 0,287; p<0,05). Katılımcıların metaverse ölçeği toplam puan ortalaması arttıkça dijital okuryazarlık düzeyi artmaktadır.

Tablo 5. Üniversite öğrencilerinin postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık düzeyleri puan ortalamalarının metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık düzeylerinin puan ortalaması üzerine etkisi

Belirleyiciler	β	T	p	Collinearity	
				Tolerance	VIF
Postmodern Tüketim Anlayışı Puan Ort.	0,290	5,588	0,000	0,995	1,005
Dijital Okuryazarlık Düzeyleri Puan Ort.	0,140	6,127	0,000	0,995	1,005
R=0,408	R ² =0,116	Adjusted R ² = 0,162	F=37,038	p<0,000	

Tablo 5'de üniversite öğrencilerinin Postmodern Tüketim Anlayışı puan ortalaması (bağımsız değişken) ve Dijital Okuryazarlık Düzeyleri puan ortalaması (bağımsız değişken) değişkenleri kullanılarak Metaverse'e Yönelik Tutum ve Farkındalık Düzeyleri puan ortalaması (bağımlı değişken) değişkenini açıklamak amacıyla backward metodu seçilerek çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde ileri düzeyde anlamlı bir etkisinin olduğu ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki varyansın %16,2'sini (Adjusted R²= 0,162) açıkladığı belirlenmiştir (p<0,001). Regresyon analizine göre, Postmodern Tüketim Anlayışı puan ortalaması (β = 0,290; p<0,001) Metaverse'e Yönelik Tutum ve Farkındalık Düzeyleri puan ortalamasını pozitif yönde ve anlamlı; Dijital Okuryazarlık Düzeyleri puan ortalaması (β = 0,140; p<0,001) Metaverse'e Yönelik Tutum ve Farkındalık Düzeyleri puan ortalamasını pozitif ve anlamlı olarak yordamaktadır.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Günümüzde yaşamımızın olmazsa olmazı haline gelen internet kullanımı ile birlikte dijital okuryazarlık ve metaverse gibi kavramlarda ortaya çıkmıştır. Dijitalleşme ise bireylerin tüketim davranışlarında daha sorgulayan, fayda bekleyen, karşılığını fazlasıyla almak isteyen tüketiciler haline

dönüşmesine sebep olmuştur. Bu nedenle çağımızın değişmez bir parçası haline gelen dijitalleşmenin getirdiği metaverse kavramı, postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık düzeylerinin araştırılması önem kazanmaktadır. Bu çalışmada Selçuk Üniversitesinde eğitim alan öğrencilerin metaverse yönelik tutumlarının postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık ile ilişkisi incelenmiştir.

Bu çalışmada sosyodemografik değişkenlere göre metaverse'e yönelik tutumun puan ortalamasının, postmodern tüketim anlayışı puan ortalaması ve dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalamasının farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin cinsiyet ile metaverse'e yönelik tutum, postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalamaları arasında bir farklılık bulunamamıştır. Ancak ortalama puanlarına göre değerlendirildiğinde kız öğrencilerin metaverse'e yönelik tutum ve dijital okuryazarlık puan ortalamalarının erkek öğrenciler ile kıyaslandığında daha yüksek olduğu görülmektedir. Dönmez (2019) ise öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre ele aldığı çalışmada dijital okuryazarlık düzeylerinin herhangi bir değişiklik göstermediği tespit edilmiştir. Çalışmada üniversite öğrencilerinin yaş ortalamaları ile metaverse'e yönelik tutum, postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalamaları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin eğitim aldıkları programın sözel, sayısal ve EA durumları ile metaverse'e yönelik tutum, postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalamaları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Aksine Kozan ve Özek'in (2019) Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölüm'nde eğitim alan öğrenciler üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada bu bölümde eğitim alan üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kozan ve Özek'in (2019) yürüttükleri çalışmada Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölüm'nde okuyan üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyleri ve siber zorbalığa dair alışkanlıkları incelenmiş olup bu bölümde okuyan üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu ve bununla beraber dijital okuryazarlıkla ilgili olarak bilinçli davrandıkları sonucuna varılmıştır. Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin sınıf düzeyi ile metaverse'e yönelik tutum, postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Üniversite öğrencilerinin aylık harcama ortalamaları ile metaverse'e yönelik tutum, postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin faydalandığı teknolojik araçlar ile metaverse'e yönelik tutum ve postmodern tüketim anlayışı puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmazken, dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalamaları ile arasında anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Bu farkın ise Telefon-Tablet kullanıcıları kaynaklı olduğu görülmektedir. Onursoy (2018)'de yaptıkları çalışmada cep telefonlarıyla bilgiye ulaşma oranının diğer dijital araçlara oranla daha yüksek olduğu bulunmuştur. Araştırmanın özünde üniversite öğrencilerinin bilgiye hızlı bir biçimde ulaşabildikleri ve bu yorumlayıp kullandıkları sonucuna varılmıştır. Ayrıca üniversite gençlerinin dijital okuryazarlık becerilerinin çok yüksek olmadığı sonucuna varılmıştır. Bu çalışmadan elde edilen veri tezin hipotezlerini destekler düzeydedir.

Çalışmamızda metaverse ölçeği toplam puan ortalaması ile postmodern tüketim anlayışı ölçeği toplam puan ortalaması arasında pozitif yönde bir ilişki saptanmıştır. Yani metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık arttıkça postmodern tüketim anlayışı düzeyi de artmaktadır. Postmodern tüketim anlayışı ile bireylerde dijital zenginleşmeye karşı ilgi metaverse'e yönelik farkındalığa katkı sağlamaktadır. Postmodern çağda, tüketiminde üretim kadar önemli bir konu olduğu son derece açıktır (Yüksekbilgili, 2017:8). Postmodernizmin ortaya çıkmasıyla beraber üretim ve tüketim artık basit bir eylem olmaktan çıkmış, sosyal, kültürel ve ekonomik değerleri olan farklı ve çok boyutlu bir biçime bürünmüştür (Alkan, 2011). Bu bağlamda postmodern tüketim anlayışı düzeyi yüksek olan bireylerin tüketim anlayışını değiştiren yeni değerler ile tüketimi bir değer olarak nitelendirmektedir. Ayrıca postmodern tüketim anlayış düzeyinin yüksek olması bilgi çağının yapılandırılmasında dijital uygulamaların ve düşünceler topluluğunun karakterize edilmesinde, bu dijital zenginliğin artırılmasında da önemli olmaktadır (Berthon ve Katsikeas, 1998). Bu çalışmada da dijital okuryazarlık ölçeği puan ortalaması ile postmodern tüketim ölçeği puan ortalaması arasında pozitif yönde bir ilişki belirlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin postmodern tüketim anlayışı ve dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalamalarının Metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık puan ortalaması üzerindeki etkisini değerlendirmek amacıyla

backward metodu seçilerek çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmış ve postmodern tüketim anlayışı puan ortalaması ve dijital okuryazarlık düzeyi puan ortalamasının Metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık puan ortalaması üzerinde ileri düzeyde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu postmodern tüketim anlayış düzeyi ve dijital okuryazarlık düzeyi arttıkça Metaverse'e yönelik tutum ve farkındalığın arttığı şeklinde yorumlanabilir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin faydalandıkları teknolojik araçlara bağlı olarak dijital okuryazarlık düzeylerinde farklılaşma olduğu görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin Metaverse'e yönelik tutum ve farkındalık arttıkça postmodern tüketim anlayış düzeyi artmaktadır. Ayrıca Postmodern tüketim anlayışı ile bireylerde dijital zenginleşmeye karşı ilgi metaverse'e yönelik farkındalığa katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda öğrencilerin metaverse'e yönelik tutum düzeyleri ile dijital okuryazarlık düzeyi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre gençlerin kolay ulaşılabilir teknolojik araçları kullanması, dijitalleşme ve bilgiye ulaşma konusunda fayda sağladığı gibi metaverse ile ilgili kavram ve olaylar hakkında bilgi ve duyum almasına, takip etmesine de katkı sağlamaktadır. Bireylerin modern tüketim anlayışından postmodern tüketim anlayışına evrilererek kurgulanarak oluşturulan bir gerçekliğe, etkileşim ve katılıma yönelik gelişmeleri takip etmesi metaverse'in ilgili çekiciliğini de artırabilmektedir.

KAYNAKÇA

Alkan, S. Ahmet (2011). *Postmodern tüketim toplumunun ortaya çıkış süreci ve mekansal yansımaları: Lasvegas örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Baki, Y. (2015). *Dijital öykülerin altıncı sınıf öğrencilerinin yazma sürecine etkisi*. (Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Bayrakçı, S., & Narmanlıoğlu, H. (2021). Türkiye'deki lisans öğrencilerinin ve mezunlarının dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 12(46), 46-67.

Berthon, P. ve Katsikeas C. (1998). Essay: Weaving postmodernism, *Internet Research*, 8(2), 149-155.

Buckingham, D. (2008). *What do young people need to know about digital media?* In C. Lankshear and M. Knobel (Eds.). *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices*, 73-88. Peter Lang Publishing, New York.

Çelik, R. (2022). Metaverse Nedir? Kavramsal Değerlendirme ve Genel Bakış. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 8(1).

Çolak, E., & Görkem, Ş. Y. (2018). Postmodernite ve materyalizm bağlamında genç tüketici profili: Üniversite öğrencileri üzerine bir alan araştırması. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 176-196.

Duan, H., Li, J., Fan, S., Lin, Z., Wu, X., & Cai, W. (2021, October). Metaverse for social good: A university campus prototype. In *Proceedings of the 29th ACM international conference on multimedia* (pp. 153-161).

Evans, J. D. (1996). *Straightforward statistics for the behavioral sciences*. Thomson Brooks/Cole Publishing Co.

Jakes, D. (2006). *Standards-proof your digital story telling efforts*. Erişim tarihi: 25.09.2016, <http://www.techlearning.com/tech/media-coordinators/0018/standards-proof-your-digital-storytelling-efforts/43347>.

Kozan, M. ve Özek, M. (2019). Böte bölümü öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri ve siber zorbalığa ilişkin duyarlılıklarının incelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 29(1), 107-12.

Lee, L. H., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z., ... & Hui, P. (2021). Alloneneed stok now about metaverse: A completesurvey on technological singularity, virtual ecosystem, and Research agenda. *arXiv preprintarXiv:2110.05352*.

Martin, A. (2005). DigEuLit European framework for digitalliteracy: a progressreport. *Journal of eLiteracy*, 2, 130–266.

Süleymanoğulları, M., Özdemir, A., Bayraktar, G., & Vural, M. (2022). Metaverse ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması/Metaverse scale: Study of validity and reliability. *Anatolia Sport Research*, 3(1), 47-58.

Yang, Y-T. C., & Wu, W-C. I. (2012). Digital story telling for enhancing student Academic achievement, critical thinking, and learning motivation: A year-long experimental study. *Computers&education*, 59(2), 339-352.

Yüksekbilgili, Z. (2017). *Postmodern pazarlama açısından hızlı moda tüketicilerinin mağaza atmosferine verdikleri önem ile demografik faktörlerine ilişkin bir uygulama*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Yüksel, Ş., & Yıldız, R. A. S. Metaverse Dünyasında Değişen Sanal-Gerçek Mekânlar ve Tasarımcının Rolü.

<https://www.kureselamaclar.org> (E.T. 21.05.2022)