

icits2021_yeni_medya_oz_degerlendirm
e.docx

Yeni Medya Okuryazarlık Düzeyinde Öz Değerlendirmenin Etkisi

Dr. UFUK TUĞTEKİN¹, 0000-0003-0129-3477, ufuktugtekin@mersin.edu.tr

¹Mersin Üniversitesi

Bu araştırmada yükseköğretim düzeyinde öğrenim görmekte olan genç yetişkinlerin yeni medya okuryazarlık durumlarına yönelik öz değerlendirme puanları kontrol değişkeni olarak değerlendirilerek, yeni medya okuryazarlık düzeylerinin öğrenim gördükleri fakülte ve sınıf düzeyi bağlamında incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada Koc ve Barut (2016) tarafından geliştirilen, geçerli ve güvenilir bir ölçüm modeline sahip olduğu kanıtlanan 5'li Likert tipinde 4 faktör ve toplam 35 maddeden oluşan "Yeni Medya Okuryazarlık Ölçeği" kullanılmıştır. Veri toplama prosedürü COVID-19 pandemisi nedeniyle gündeme gelen çeşitli sınırlamalar nedeniyle çevrimiçi ortamda katılımcılara sunulan bir form aracılığıyla yürütülmüştür. Araştırmanın verileri, Mersin Üniversitesi'nde toplam 6 farklı fakülte ve 4 farklı sınıf düzeyinde öğrenim görmekte olan toplam 586 gönüllü katılımcıdan elde edilmiştir. Tek değişkenli ve çok değişkenli uç değer kontrolü sonrası toplam 10 katılımcıdan elde edilen verilerin uç değer sorununa neden olduğu belirlenip, bu kişilerden elde edilen veriler analiz dışında tutulmuştur. Bu nedenle bu araştırmada toplam 576 katılımcıdan elde edilen veriler değerlendirilmiştir ($n_{kadın}=397$; $n_{erkek}=179$). Mevcut araştırmada yeni medya okuryazarlık düzeylerini temsil eden "Fonksiyonel Üretim", "Fonksiyonel Tüketim", "Eleştirel Üretim" ve "Eleştirel Tüketim" faktörleri değerlendirilmiştir. "Fonksiyonel Tüketim" faktörü 7 maddeden, "Eleştirel Tüketim" faktörü 11 maddeden, "Fonksiyonel Üretim" faktörü 7 maddeden ve "Eleştirel Üretim" faktörü ise toplam 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçekten ve ölçeğin alt boyutlarından elde edilen puan artışı, katılımcıların yeni medya okuryazarlık düzeyindeki ve ilgili faktör düzeyindeki artışı temsil etmektedir. Araştırma bulgularına göre, fakülte ve sınıf düzeyi etkileşiminin "Fonksiyonel Üretim" ($F=1.181$; $p=.282$; $\eta^2=0.031$; $Güç=.756$), "Fonksiyonel Tüketim" ($F=1.218$; $p=.253$; $\eta^2=0.032$; $Güç=.773$), "Eleştirel Üretim" ($F=.733$; $p=.752$; $\eta^2=0.020$; $Güç=.495$) ve "Eleştirel Tüketim" ($F=.997$; $p=.457$; $\eta^2=0.026$; $Güç=.662$) bağlamında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşturmadığı anlaşılmıştır. Buna ek olarak sınıf düzeyi bağlamında da yeni medya okuryazarlık düzeylerinin istatistiksel olarak farklılık göstermediği belirlenmiştir. Fakülte bağlamında değerlendirme yapıldığında ise, "Fonksiyonel Tüketim" ($F=3.376$; $p=.005$; $\eta^2=0.030$; $Güç=.905$), "Eleştirel Tüketim" ($F=2.303$; $p=.043$; $\eta^2=0.020$; $Güç=.744$) ve "Fonksiyonel Üretim" ($F=2.329$; $p=.041$; $\eta^2=0.021$; $Güç=.749$) faktörlerinde istatistiksel olarak farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna karşın "Eleştirel Üretim" faktörü bağlamında istatistiksel olarak bir farklılık olmadığı anlaşılmıştır ($F=1.873$; $p=.097$; $\eta^2=0.017$; $Güç=.639$). Digital 2021 (We are Social, 2021) raporu incelendiğinde hem dünya genelinde hem de ülkemiz bağlamında medya tüketim oranlarında ciddi bir artışın olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yeni medya okuryazarlığının "Tüketim" niteliğine vurgu yapan "Fonksiyonel Tüketim" ve "Eleştirel Tüketim" faktörleri bağlamında istatistiksel olarak farklılık bulunması beklendi bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Benzer şekilde medya tüketim alışkanlıklarının, medya üretimine de dolaylı olarak katkı sağlaması sonucunda "Fonksiyonel Üretim" faktörü açısından istatistiksel bir farklılığın gündeme gelmesi de beklenen bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Buna karşın, daha üst düzey nitelikleri temsil eden "Eleştirel Üretim" boyutunda ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmaması durumu da beklendi bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, elde edilen sonuçlara göre araştırma kapsamında incelenen tüm hipotezlerin desteklendiği sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan, katılımcılardan elde edilen verilere göre, yeni medya okuryazarlığı faktörlerinin her birine yönelik puan ortalamaları değerlendirildiğinde, ortalama düzey üzerinde bir yeni medya okuryazarlık puanına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Buna rağmen, yeni medya okuryazarlığına yönelik olarak öğretim programlarının revize edilmesi, yeni medya okuryazarlığı desteklemeyi amaçlayan bilinçlendirici formal ve informal etkinliklerin planlanması, kurumsal düzeyde girişimlerin desteklenmesi ve yaygınlaştırılmasının önemli

katkılar sağlayacağı öngörülmektedir. Ek olarak mevcut araştırmadan elde edilen sonuçlar yorumlanırken ilgili sınırlılık durumları dikkate alınmalıdır.

Anahtar Kelimeler: yeni medya okuryazarlığı, okuryazarlık, fonksiyonel, eleştirel, üretim, tüketim, öz değerlendirme

The Effect of Self-Assessment on New Media Literacy Levels

Dr. UFUK TUGTEKİN¹, 0000-0003-0129-3477, ufuktugtekin@mersin.edu.tr

¹Mersin University

In the current study, it was aimed to investigate the new media literacy levels in the context of the faculty and grade level, by evaluating the self-evaluation scores of young adults studying at higher education level as a covariate variable. In this research, the 5-point Likert-type "New Media Literacy Scale (NMLS)", which was developed by Koc and Barut (2016) and was proven to have a valid and reliable measurement model, consisting of 4 factors and a total of 35-items was used. The data collection procedure was carried out through an online form presented to the participants online, due to various restrictions due to the COVID-19 pandemic. The data of the research were obtained from a total of 586 volunteer participants studying at Mersin University at 6 faculties and 4 different grade levels. Thereafter the univariate and multivariate outlier analyses were conducted and it was determined that the data obtained from a total of 10 participants caused the outlier problem, and the mentioned data obtained from these individuals were excluded from the all ongoing analysis. Therefore, data obtained from a total of 576 participants were evaluated in the current study ($n_{female}=397$; $n_{male}=179$). The factors, namely "Functional Prosumption", "Functional Consumption", "Critical Prosumption" and "Critical Consumption" that represents the new media literacy levels were scrutinized in the research. The "Functional Consumption" factor consists of 7-items, the "Critical Consumption" factor consists of 11-items, the "Functional Prosumption" factor consists of 7-items and the "Critical Prosumption" factor consists of 10-items in total. The increase in scores obtained from the scale and its sub-dimensions represents the increase in the new media literacy level of the participants and the related factor levels. According to the research findings, it was revealed that the interaction of faculty and grade level did not reflect a statistically significant difference in the context of "Functional Prosumption" ($F=1.181$; $p=.282$; $\eta^2=0.031$; $Power=.756$), "Functional Consumption" ($F=1.218$; $p=.253$; $\eta^2=0.032$; $Power=.773$), "Critical Prosumption" ($F=.733$; $p=.752$; $\eta^2=0.020$; $Power=.495$) and "Critical Consumption" ($F=.997$; $p=.457$; $\eta^2=0.026$; $Power=.662$). In addition, it was determined that new media literacy levels did not differ statistically in the context of grade level. When evaluated in the context of the faculty, it was determined that there was a statistical significant difference in the factors of "Functional Consumption" ($F=3.376$; $p=.005$; $\eta^2=0.030$; $Power=.905$), "Critical Consumption" ($F=2.303$; $p=.043$; $\eta^2=0.020$; $Power=.744$), and "Functional Prosumption" ($F=2.329$; $p=.041$; $\eta^2=0.021$; $Power=.749$). On the other hand, it was understood that there was no statistically significant difference in the context of the "Critical Prosumption" factor ($F=1.873$; $p=.097$; $\eta^2=0.017$; $Power=.639$). When the Digital 2021 (We are Social, 2021) report is examined, it is understood that there is a serious increase in media consumption rates both in the world and in our country. Therefore, it is considered as an expected result that there is a statistical difference in the context of "Functional Consumption" and "Critical Consumption" factors, which emphasize the "Consumption" quality of new media literacy. Similarly, as a result of the indirect contribution of media consumption habits to media prosumption, a statistical difference in terms of "Functional Prosumption" factor is considered as an expected result. On the other hand, the absence of a statistically significant difference in the "Critical Prosumption" factor, which represents higher-level

qualifications, is also considered as an expected result. Therefore, according to the results obtained, it was concluded that all the hypotheses examined within the scope of the research were supported. In other respects, according to the data obtained from the participants, when the mean scores for each of the new media literacy factors are evaluated, it is understood that they have a new media literacy score above the average level. On the contrary, it is anticipated that revising the curriculum for new media literacy, planning awareness-raising formal and informal activities aimed at supporting new media literacy, supporting and disseminating initiatives at the institutional level would make significant contributions. In addition, relevant limitations should be taken into account when interpreting the results obtained from the current study.

Keywords: *new media literacy, literacy, functional, critical, prosumption, consumption, self-assessment*

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

MATCHED SOURCE

1

"Proceedings of the International Symposium for Production Research 2019", Springer Science and Business Media LLC, 2020

Crossref

34 words — 3%

★"Proceedings of the International Symposium for Production Research 2019", Springer Science and Business Media LLC, 2020

Crossref

3%

EXCLUDE QUOTES OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE MATCHES OFF