



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

[Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı]

Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

YOUTUBE'UN EĞİTİM ORTAMI OLARAK KULLANIMININ İZLEYİCİ VE
EĞİTMEN BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Hasan Hüseyin CİHANGİR

Danışman
Prof. Dr. Ahmet Naci ÇOKLAR

Konya 2021

TEŞEKKÜR

Çalışmanın yapılmasına olanak sağlayan, “kablosuzkedi” Youtube kanalı kurucusu Sayın Gökhan KANDEMİR’e teşekkür ederim.

Çalışma süresince ve öncesinde bilgisiyle, deneyimiyle, yardımlarıyla her zaman bana ıőık tutan değerli danışman hocam Prof. Dr. Ahmet Naci ÇOKLAR’ a ve tez savunmama katılıp önemli görüşlerini belirtip, katkıda bulunan Prof. Dr. Ertuğrul USTA hocama ve Doç. Dr. Yusuf Levent ŐAHİN hocama teşekkür ediyorum.

Hayatım boyunca karőılaőtığım zorluklarda, sevgi ve desteğini her zaman yanımda hissettiğim babam Ahmet CİHANGİR’e sevgi ve teőekkürlerimi sunuyorum.

Hasan Hüseyin CİHANGİR

KONYA- 2021

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|------|
| TEŞEKKÜR..... | ii |
| İÇİNDEKİLER | iii |
| TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU..... | v |
| BİLİMSEL ETİK BEYANNAMESİ..... | vi |
| ÖZET | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| 1 GİRİŞ | 1 |
| 1.1 Problem Durumu..... | 3 |
| 1.2 Araştırmanın Amacı..... | 8 |
| 1.3 Araştırmanın Önemi..... | 8 |
| 1.4 Varsayımlar..... | 10 |
| 1.5 Sınırlılıklar | 10 |
| 2 ALAN YAZIN | 11 |
| 2.1 Kuramsal Çerçeve | 11 |
| 2.1.1 Eğitim Kavramı ve Eğitimin Dijitalleşmesi..... | 11 |
| 2.1.2 Eğitimin Dijitalleşmesinde Çoklu Ortam Öğelerinin Kullanımı ve Duyuların Öğrenmedeki Rolü..... | 12 |
| 2.1.3 Aktif-Öğrenme ve Öğrenmeyi-Öğrenme | 13 |
| 2.1.4 Eğitimin Dijitalleşmesinde Popüler Uygulamalardan Web 2.0 Araçları... .. | 14 |
| 2.1.5 Dağıtık Öğrenme (Distributed Learning)..... | 16 |
| 2.1.6 Esnek Öğrenme (Flexible Learning)..... | 16 |
| 2.1.7 Harmanlanmış Öğrenme (Blended Learning)..... | 17 |
| 2.1.8 Çevrimiçi Eğitim..... | 17 |
| 2.1.9 Uzaktan Eğitim | 18 |
| 2.1.10 Çevrimiçi ve Uzaktan Eğitimde Kalite Faktörleri | 19 |
| 2.1.11 Çevrimiçi, Uzaktan ve E-Öğrenmede Video Kullanımı | 20 |
| 2.1.12 Video Paylaşım Platformları..... | 20 |
| 2.1.13 Çevrimiçi ve Uzaktan Eğitimde Kullanılan Platformlar..... | 22 |
| 2.1.14 Kullanıcıların Youtube Kullanım Amaçları..... | 26 |
| 2.2 İlgili Araştırmalar..... | 28 |
| 3. YÖNTEM | 41 |
| 3.1 Araştırmanın Modeli..... | 41 |
| 3.2 Araştırmanın Katılımcıları | 41 |
| 3.3 Veri Toplama Araçları | 41 |
| 3.4 Verilerin Toplanması | 42 |
| 3.5 Verilerin Analizi | 42 |

| | |
|--|----|
| 4 BULGULAR..... | 43 |
| 4.1 Kullanıcıların, Günlük Olarak Youtube Üzerinde Geçirdikleri Süre | 43 |
| 4.2 Kullanıcıların, Günlük Youtube Üzerindeki Eğitsel İçerikli Videolarla Geçirdikleri Süre | 44 |
| 4.3 Kullanıcıların, Youtube Dışında Eğitsel Video İçeriklere Erişmek İçin Kullandıkları Platformlar | 44 |
| 4.4 Kullanıcılara Göre Youtube'da Eğitsel İçerikli Kanallarla Diğer Kanallar Arasında Ne Tür Farklar Olmalı | 45 |
| 4.5 Youtube Üzerindeki Kullanıcıların, Eğitsel İçerikli Bir Videoyu İzlemeyi Bırakma ve İzlemeye Devam Etme Sebepleri | 47 |
| 4.6 Youtube Platformunu Kullanan, Eğitsel İçerik İzleyicilerinin Youtube Üzerinde Yaşadığı Problemler..... | 49 |
| 4.7 Youtube'da İdeal Bir Eğitsel Video İçeriği İçin İçerik Üreticilerin Dikkat Etmesi Gereken Nitelikler ve İzleyenlerin İçerik Üreticiden Beklentileri..... | 51 |
| 4.8 Youtube'daki Eğitsel İçerikli Bir Videonun İdeal Süresi..... | 54 |
| 4.9 Youtube Üzerindeki Bir Eğitsel Video İçerik Üreticisinin, Youtube' da Bulunan Eğitsel İçerikler Hakkındaki Görüşleri ve Önerileri | 55 |
| 5 TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER | 58 |
| 5.1 Tartışma ve Sonuç..... | 58 |
| 5.2 Öneriler | 67 |
| 5.2.1 Yapılacak Benzer Çalışmalara Yönelik Öneriler..... | 67 |
| 5.2.2 Uygulamaya Yönelik Öneriler..... | 67 |
| KAYNAKÇA..... | 69 |
| EKLER..... | 79 |
| EK- 1 Youtube izleyicileri veri toplama aracı. | 79 |
| EK- 2 Youtube kanal sahibi veri toplama aracı. | 81 |
| EK- 3 Youtube kanalı sahibi izni..... | 83 |
| EK- 4 Etik Kurul Kararı..... | 84 |

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

“Youtube’un Eğitim Ortamı Olarak Kullanımının İzleyici ve Eğitimci Bağlamında İncelenmesi” başlıklı tez çalışmamın İç Kapak, Özetler, Ekler ve Ana Bölümlerden (Giriş, Alan Yazın, Yöntem, Bulgular, Tartışma, Sonuçlar ve Öneriler) oluşan toplam **92** sayfalık kısmına ilişkin, 14/06/2021 tarihinde tez danışmanım tarafından **Turnitin** adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı **%5** olarak belirlenmiştir.

Uygulanan filtrelemeler:

1. Tez kabul sayfası hariç,
2. Tez çalışması orijinallik raporu sayfası hariç,
3. Bilimsel etik beyannamesi sayfası hariç,
4. Önsöz hariç,
5. İçindekiler hariç,
6. Simgeler ve kısaltmalar hariç,
7. Kaynakça hariç
8. Özgeçmiş hariç,
9. Alıntılar dâhil,
10. 7 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve tez çalışmamın, bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

14/06/2021

Hasan Hüseyin CİHANGİR

Prof. Dr. Ahmet Naci ÇOKLAR

BİLİMSEL ETİK BEYANNAMESİ

Bu tezin tamamının kendi çalışmam olduğunu, planlanmasından yazımına kadar tüm aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez hazırlama kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını ve bu kaynakların kaynakça listesine eklendiğini beyan ederim.

21/05/2021

Hasan Hüseyin CİHANGİR

ÖZET

[Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı]
Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

YOUTUBE'UN EĞİTİM ORTAMI OLARAK KULLANIMININ İZLEYİCİ VE EĞİTMEN BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Hasan Hüseyin CİHANGİR

Youtube'un dünya üzerinde en popüler video paylaşım platformu olduğu bilinmektedir. Bu platform üzerinden milyonlarca insan, farklı türlerde milyarlarca video içeriğe ücretsiz olarak ulaşabilmektedirler. Youtube'un 2020 yılında kendi sunduğu istatistiklere göre Youtube üzerinden günlük 1 milyar saat video içerik izlenmekte ve aylık 2 milyar kayıtlı kullanıcı Youtube'u ziyaret etmektedir. Youtube'un bu durumu, dünya genelinde nasıl bir popülerliğe ve büyük kitlelere ulaştığını göstermektedir. Youtube'da olduğu gibi, eğitsel video içerikler barındıran platformlardaki eğitsel videoların, yazılı kaynaklara göre daha fazla duyuya hitap etmesi ve izleyicinin görsel bağlamlar kurmasına kolaylık sağlamasından dolayı daha etkili öğrenme sunabileceği bilinmektedir. Eğitimde ve yaşam boyu öğrenme kapsamında, video öğrenme aracı olarak Youtube'un popülerliği ve kolay erişimiyle sağladığı faydaların ve potansiyel faydalarının olduğu, bazı araştırmalarda görülmüştür. Youtube'da; eğitsel içerikli videolar, özel konular üzerine nasıl yapılır videoları, bilgilendirme amaçlı videolar vb. türlerde izleyenlerin bilgi ve öğrenme ihtiyaçlarına yönelik videolar vardır. Bu videolar, Youtube platformunun yapısı gereği içerik kalitesi olarak bir denetime tabi tutulmamaktadır. Ayrıca Youtube üzerinde aynı konu hakkında farklı içerik kalitelerinde düzenli-düzensiz birçok eğitsel video olduğu da görülmektedir.

Bu araştırma genel olarak Youtube üzerindeki eğitsel içerikli videoları tüketenlerin ve üretenlerin görüşleri ile platformun eğitsel olarak kullanım potansiyelini çıkartacak, eğitsel içerik üreticilere yönelik önerileri ortaya koymaktadır. Bu bağlamda araştırma nitel bir durum çalışması olarak desenlenmiştir. Araştırmanın örneklemini, yazılım alanı üzerine eğitsel içerikler paylaşan "kablosuzkedici" Youtube kanalının 2020-2021 aktif izleyicilerinden 47 kişi ve kanalın sahibidir. Araştırmada özel olarak örneklemdaki katılımcılar ve Youtube kanalı sahibi görüşleri üzerinden; izleyicilerin eğitsel videolarla ve genel videolarla günlük olarak geçirdikleri süreler nelerdir, eğitsel içerikli Youtube videolarının ideal içerik nitelikleri nelerdir, eğitsel bir Youtube videosunun ideal süresi ne kadar olmalı vb. alt sorulara cevaplar aramıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak izleyiciler ve kanal sahibi için olmak üzere iki tane, açık uçlu ve çoktan seçmeli sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırma sonucunda katılımcı görüşleri ile Youtube'da eğitsel içerik üretenlerin video hazırlarken dikkat etmesi gereken konular hakkında bazı öneriler ortaya çıkmıştır. Eğitsel videolar hazırlanırken önceden plan yapılmış olmalı ve videonun süresinin sınırlandırılmış olması gerekir. Eğitsel video anlatıcısının, sunduğu konu üzerinde yeterli düzeyde uzmanlığı olmalıdır. Eğitsel video anlatıcısı açık, sade ve dikkat toplayan bir anlatım ile eğitsel içeriği sunmalı. Videonun ses ve görüntü kalitesinin yeterli düzeyde olması gerekmektedir. Katılımcıların hatırı sayılır bir çoğunluğunun Youtube'daki reklamların sıklığı ve reklamların içeriğin önüne geçmesi konusunda olumsuz görüşler belirttiği görülmektedir. Eğitsel videonun başında, video içeriği hakkında genel bir çerçeve çizilmesinin gerekliliği görüşleri görülmektedir. Ayrıca eğitsel videoların süresi hakkında katılımcıların ağırlıklı görüşleri sonucunda ve literatürdeki ilgili araştırmalar incelendiğinde, 10-15dk aralığının ideal bir süre çerçevesi olabileceği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Youtube, Video Temelli Öğrenme, Çevrimiçi Eğitim, e-Öğrenme, Video

ABSTRACT

Department of Computer Education and Instructional Technology
Computer and Instruction Technology Education Program
Master Thesis

INVESTIGATION OF THE USE OF YOUTUBE AS AN EDUCATIONAL ENVIRONMENT IN THE CONTEXT OF FOLLOWERS AND INSTRUCTOR

Hasan Hüseyin CİHANGİR

It is known that Youtube is the most popular video sharing platform in the world. Through this platform, millions of people can access billions of video content of different genres for free. According to the statistics provided by Youtube in 2020, 1 billion hours of video content is watched daily on Youtube and 2 billion registered users visit Youtube per month. This situation of Youtube shows how popular and reaching huge audiences around the world. It is known that educational videos on platforms that contain educational video content, such as Youtube, can offer more effective learning, as they appeal to more senses than written sources and make it easier for the audience to establish visual contexts. In education and lifelong learning, it has been seen in some studies that Youtube as a video learning tool has benefits and potential benefits with its popularity and easy access. On Youtube; educational videos, how-to videos on special topics, informative videos, etc. There are videos for the information and learning needs of the viewers. These videos are not subject to any control in terms of content quality due to the nature of the Youtube platform. In addition, it is seen that there are many regular and irregular educational videos in different content qualities on the same subject on Youtube.

This research generally reveals the opinions of those who consume and produce educational videos on Youtube, and suggestions for educational content producers who will reveal the educational use potential of the platform. In this context, the research has been designed as a qualitative case study. The sample of the study is 47 people from the active viewers of the "kablosuzkedi" Youtube channel 2020-2021 and the owner of the channel, which shares educational content on the software field. In the research, especially through the opinions of the participants in the sample and the Youtube channel owner; What are the times that viewers spend daily in educational videos and general videos, what are the ideal content qualities of Youtube videos with educational content, how long should an educational Youtube video be, etc. sought answers to sub-questions. In the study, two semi-structured interview forms consisting of open-ended and multiple-choice questions, one for the audience and the channel owner, were developed and used as a data collection tool. The data were analyzed using the content analysis method.

As a result of the research, some suggestions have emerged about the issues that those who produce educational content on Youtube should pay attention while preparing videos with the opinions of the participants. While preparing the educational videos, the plan should be made in advance and the duration of the video should be limited. The instructional video narrator must have sufficient expertise on the subject he or she presents. The educational video narrator should present the educational content in a clear, simple and attention-grabbing narrative. The sound and image quality of the video should be sufficient. It is seen that a considerable majority of the participants stated negative opinions about the frequency of the advertisements on Youtube and about the advertisements sometimes getting ahead of the content. At the beginning of the educational video, the opinions of the necessity of drawing a general framework about the video content are seen. In addition, as a result of the weighted opinions of the participants about the duration of the educational videos and the relevant studies in the literature, it can be said that the 10-15 minutes interval can be an ideal time frame.

Keywords: Youtube, Video Based Learning, Online Education, e-Learning, Video

BÖLÜM 1

1 GİRİŞ

Eğitim, bireye istenilen davranış veya davranışların kazandırılmasıdır. Eğitim, zamandan ve mekândan bağımsız olarak insanın farkında olarak veya olmayarak, çoğu zaman içinde bulunduğu bir durumdur. Eğitimin bir sonucu olarak ortaya çıkan öğrenme ise sadece davranış değişikliği olarak gözlemlenen bir olgu değil, aynı zamanda zihinsel değişimi de ortaya çıkarabilecek bir kavram olarak da tanımlanmaktadır. Teknolojinin hızla değişim ve gelişimi; iş ve sosyal hayatımızı derinden etkileyip değiştirdiği gibi eğitim ve öğretimde bu teknolojik dönüşüme ayak uydurmaktadır. Eğitimin teknolojik dönüşüme uyum sağlamasıyla birlikte eğitimde birçok yeni fırsatlar ortaya çıkmıştır. Özellikle dijital teknolojilerin başını çektiği bu fırsatların en önemlilerinden birisi de, yaşam boyu öğrenmeyi destekleme olarak öne çıkmaktadır. Daha öncesinde de insanlara yaşam boyu öğrenme fırsatları sunulmasına karşın, teknoloji ile bu fırsatlar dinamizm kazanmış, böylece önceden eğitim alamamış, yeni eğitimler almak isteyen veya bilgilerini güncellemek isteyen yetişkin bireylere yönelik çok sayıda eğitim imkânı sunulabilmiştir. Teknolojinin sağladığı imkânlar ile birlikte yaşam boyu öğrenme daha kapsamlı ve büyük kitlelere ulaşabilen bir boyut kazanmıştır (Aksoy, 2012). Diğer yandan eğitim halen teknolojiyle paralel, sürekli olarak gelişmeye ve değişmeye devam da etmektedir. Teknolojik gelişmelerle, eğitimde araç olarak kullanılacak birçok teknolojik araç, ortam ve materyal de geliştirilmekte ve eğitim için kullanıma sunulmaktadır. Bu kadar çok fırsatın sunulmasında teknolojinin rolü ve önemi vurgulanmakla beraber, eğitim amaçlı kullanılan teknolojik araçların seçimi konusunda duyulan ihtiyaç, ekonomik durum gibi değişkenler önemli olup, bu kriterlerden birisi de öğrenen durumlarıdır.

Dijital teknolojinin içinde doğup büyüyen “dijital yerli” neslinin dijital teknolojilerdeki değişimlere hızlıca uyum sağlayabildikleri ve yeni teknolojileri dijital göçmen ve dijital göçebelere göre daha hızlı öğrendikleri, “dijital yerli” olarak tanımlanan neslin bilgileri hızlıca almayı sevdikleri, metinleri okumaktansa görsel ve grafik içerikli bilgilere daha öncelik verdikleri görülmüştür (Prensky, 2001). Geleneksel eğitim yöntemleri ile, “dijital yerli” öğrenenlerine uygun eğitim ve öğretim süreçleri oluşturmanın pek mümkün olmadığı söylenebilir. Bu nedenle teknoloji ile doğup, büyüyen dijital yerli öğrenenlerine uygun ve güncel teknolojilere uyarlanabilen yeni

eğitim yöntemleri ortaya çıkmıştır. Geleneksel eğitimin sunduğu ezbere dayalı, sürecin değil sonucun önemsendiği eğitim görüşünden; ağdaş eğitime yani sadece sonucun değil sürecin de önemli olduğu ve eğitimi sadece bir öğretme süreci değil ayrıca öğrenenlerin “ğrenmeyi öğrenme” süreci olarak grldđđi bir eğitim anlayışına geçilmiştir. Bu bağlamla birlikte dijital yerlilerin ağırlıklı olarak bulunduğu sosyal medya, içerik, paylaşım ve video paylaşım platformlarının eğitim ortamı olarak kullanılmaya bařlandđđı görülmüştür (Kurt vd., 2013).

Günümüzde büyük kitlelerin erişebildiği, yüksek ziyaretçi sayısı olan video paylaşım platformlarını eğitsel anlamda bakıldığında ikiye ayırmak mümkündür. Birincisi sadece eğitsel amaçlı kullanılan platformlar, ikincisi ise eğitsel içerikli videoların sadece bir kategori olarak yer verildiği platformlar. Eğitsel içerikli videoların sadece bir kategori olduğu platformlar konusunda en çok kullanılan ve ana gayesi video barındırma olan platformlardan en popülerleri; Youtube, Vimeo ve Dailymotion platformları olarak ifade edilebilir. Amacı sadece eğitsel amaçlı kullanılan platformlar, yani Kitlemel Açık evrimii Dersler (KAD) olarak bilinen yüksek popülerliği ve kullanımı olan platformlar da bulunmaktadır. Bu tip platformlarda ise genellikle bir eğitmen ve eğitmene ait video ders serileri bulunmaktadır. Bu eğitsel içerikli video serileri platformdan platforma değişiklik göstermekle birlikte, ücretli veya ücretsiz olarak öğrenenlerin erişimine sunulmaktadır. Bu platformlardan en çok kullanılanları ise Khan Academy, Udemy, EdX, Coursera ve Udacity platformlarıdır. Eğitsel içerikli video paylaşım platformları eğitim alanında önemli ve etkin bir rol almaktadır. Bunun sebepleri genel olarak bu platformların; erişiminin kolay ve çoğu zaman ücretsiz olması, istenilen eğitsel materyallere hızlı erişimi sağlayabilmesi, bireysel ve kendi hızında öğrenme imkânı sağlaması, zamandan ve mekândan bağımsız etkileşim imknını sağlaması olarak bilinmektedir (Atik & Ata, 2018).

Eğitsel içerikli video paylaşılabilen platformların eğitim ortamı olarak kullanılmaya başlaması ile birlikte bu platformlardaki eğitsel içeriklerin niteliği ve öğrenmeye olan etkisinin tartışılmaya açık bir konu olduğu söylenebilir. Ayrıca bu platformlardaki eğitsel içeriklerin örgün eğitimin yerine geçip geçemeyeceği görüşleri de bulunmaktadır. Öğretim yelerinden bu tartışmalarla ilgili görüşleri alınan bir araştırmada, evrimii öğrenme ortamlarında yapılan derslerin sınıfta yapılan dersler kadar etkili olabileceği görüşü ortaya konulmuştur. Bununla beraber evrimii derslerin

etkili bir şekilde öğrenciye sunulabilmesi için eğitmenlere göre bazı dezavantajlı durumların oluştuğu görüşleri de vardır. Bu durumlar; örgün eğitime göre daha fazla ön hazırlık, daha fazla teknoloji kullanımı yeterliliği, daha fazla zaman ve daha fazla materyal tasarımı gerektirdiğidir (Akdemir, 2008).

1.1 Problem Durumu

2020 yılı itibari ile dünyayı etkisi altına alan Covid-19 virüsü, dünyaya geneline yayılarak pandemi seviyesine gelmiştir. Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization) yayınladığı 1 Nisan raporuyla; salgının yayılma hızını yavaşlatmak için alınması gereken önlemleri ve virüsün dünya genelindeki son durumunu ortaya koymuştur (WHO, 2020). Covid-19 virüsünün yayılmasını engellemek amacıyla birçok ülke, eğitim kurumlarının yüz-yüze eğitim faaliyetlerini durdurma tedbirleri almıştır. Alınan bu tedbirler ile birlikte dünya genelinde öğrenim gören 770 milyon kişi bu tedbirlerden etkilenmiştir. Bu etkileri azaltmak ve eğitim-öğretim süreçlerinin aksamaması amacıyla birçok eğitim kurumu uzaktan eğitim uygulamalarına başlamıştır. Bir anlamda Covid-19 virüsü ile beraber eğitim-öğretim faaliyetlerinin elektronik ortama taşınması mecbur hale gelmiştir. Dolayısıyla bu dönüşümü Covid-19 salgınının hızlandırdığı söylenebilir. Türkiye’de eğitim faaliyetlerinin elektronik ortama taşınması aşamasında yükseköğretim kurumlarının uyması gereken usul ve esaslar YÖK tarafından ortaya konulmuştur. Bu süreçte, Covid-19 salgını ile yaşanan eğitim-öğretim faaliyetlerinin dijitalleşme zorunluluğu sayesinde e-öğrenme ortamları ve e-öğrenme içeriklerinin paylaşılabilmesi Youtube ve Vimeo gibi platformların kullanımı oldukça artmıştır (Yamamoto & Altun, 2020).

Uzaktan eğitim için çevrimiçi öğrenme ortamlarının (Khan Academy, Udemy, EdX, Coursera, Udacity vb.) önemli fırsatlar ve imkânlar sağladığı bilinmektedir (Atik & Ata, 2018). Bu imkânlar;

- Bireylerin zaman ve mekândan bağımsız olarak en verimli şekilde kişisel ve mesleki gelişimleri sağlama imkânı,
- Bireylerin kendi öğrenme hızında ilerleyebilmelerini sağlama,
- Bireylerin ilgi alanları ve yeteneklerine göre eğitsel içeriklerden seçim yapabilme imkânı,
- Eğitime ve eğitsel içeriğe ücretsiz olarak erişebilme imkânı

olarak görülmektedir (Akdemir, 2008; Gökmen vd., 2016; Kesim, 2014). Çevrimiçi öğrenme ortamlarının sağladığı imkânlarla birlikte çevrimiçi öğrenme ortamlarında ortaya çıkan ve tespit edilebilen veya edilemeyen birçok problem de saptanmıştır. Çevrimiçi öğrenme ortamlarında ortaya çıkan bu problemlerden bazıları ise;

- Öğrenme ortamındaki eğitsel içerik ve materyallerin tasarlanmasında ve hazırlanmasında harcanan yüksek zaman maliyeti,
- Çevrimiçi öğrenme ortamında verilen eğitimin akademik başarıya etkisi ve kalitesi hakkında var olan tartışmalar,
- Öğrenenlerin, eğitmenlere sorduğu sorulara eğitmenlerin cevaplamak için harcadığı zaman,
- Eğitmenin, eğitsel materyal ve eğitsel içerik hazırlamak için ihtiyaç duyduğu teknolojik yeterlilik,
- Öğrenme ortamlarına erişim sağlamak için gerekli teknolojik altyapı ihtiyacı,
- Çevrimiçi öğrenme ortamında bulunan içeriğin, farklı öğrenenlerin öğrenme stillerine ve öğrenme hızlarına uygun farklı içeriklerin tasarımı

gibi problemlerdir (Kesim, 2014; Motte, 2013; Srichanyachon, 2014).

Khan Academy, Udemy, EdX, Coursera, Udacity vb. gibi platformlar; özel olarak eğitime odaklanmaları ve sadece eğitsel içerikleri olmaları ile bilinmektedir. Ancak bu platformların kullanım sıklığı ve popülerliği; Youtube ve Vimeo gibi her kategoride video içeriğinin paylaşılabilirdiği platformlara göre daha düşüktür. 2007 yılında yapılan bir araştırmaya göre Youtube, internetteki herkese açık en büyük veri havuzlarından biriydi. Araştırmanın yapıldığı yılda Youtube'a günlük yüklenen video sayısı yaklaşık olarak 65.000 sayısına kadar ulaşmıştır. Ayrıca 2007 yılında Youtube üzerine video yüklemede, boyut sınırının 100MB olduğu bilinmektedir. Youtube'daki 100MB boyut sınırına rağmen bu platformunun internetin en büyük veri havuzlarından biri olması, kullanıcıların video içeriklerini hedef kitlesine ulaştırabilme potansiyeli bakımından Youtube'u önemli bir noktaya getirmiştir (Gill vd., 2007). İnsanlar Youtube üzerinden ürettikleri veya edindikleri içerikleri, belirli bir kalite ve içerik kontrolüne maruz kalmadan, ücretsiz ve hızlı bir şekilde paylaşabilmektedir. Ayrıca Youtube'un ilk kitlesel açık video paylaşım platformlarından birisi olması nedeniyle hızla günümüze kadar büyüyerek gelmiştir.

Tüm kategorilerde video paylaşılabilen platformlar arasında en fazla popülerliğe ve kullanıma sahip olan platform Youtube'dur. Youtube'un 2020 yılı içinde kendi yayınladığı istatistikler aşağıdaki gibidir (Youtube, 2020):

- Youtube platformundaki üye olan toplam kullanıcı sayısı 2 milyarı geçmiştir,
- Youtube izlenmelerinin %70'i mobil cihazlar üzerinden yapılmaktadır,
- Youtube 80 dilde kullanılabilir bir platformdur,
- Youtube üzerinde günde 1 milyar saatten fazla video izlenmektedir,
- Yaklaşık olarak internete erişen kullanıcıların üçte biri Youtube'a girmektedir.

Youtube'un bu kadar büyük kitlelere ulaşabilmesi üzerinde önemli etkisi olan ve Youtube'u geleneksel medya araçlarından (Televizyon, Radyo, vb.) ayıran özellikleri; ücretsiz olması, etkin olarak içerik hakkında görüş bildirilebilmesi ve izleyicilerin de içerik üretici olabilme ihtimali olarak görülebilir. Youtube üzerindeki içeriklerin kapsam aralığı; bireysel acemi içerik üreticilerinin videolarından, büyük medya şirketlerinin film, dizi, müzik ve canlı yayınlarına kadardır. Türkiye'de 2019 itibari ile ilk 100 kanal arasında en fazla abonesi bulunan Youtube kanalı "Netd Müzik" adlı bir müzik paylaşım kanalıdır. Ayrıca bu müzik kanalı, 2019 itibari ile 33 milyar izlenmeyi geçmiştir. Youtube Türkiye'de, ilk 100 kanal üzerinde en fazla içerik bulunan kategoriler, toplam %70 ile Eğlence ve Film kategorileridir. Buna nazaran eğitici kategoride bulunan videoların oranı yaklaşık %7'dir. Bu yapılan araştırmada da görüldüğü üzere Youtube platformundaki eğitsel kategorideki videoların oranının; platformun kullanım istatistiklerine ve platformun genel trafik yoğunluğuna göre çok düşük olduğu görülmektedir (Zinderen, 2020). Youtube dünya genelinde internet trafiğinin %30'undan fazlasını oluşturmaktadır (Casas vd., 2013). Cisco'nun 2017'de yaptığı araştırmaya göre video içerik barındırma platformlarının (Youtube, Vimeo, Netflix, vb.) tüm internet trafiğine oranı 2021 yılında %79 değerine ulaşabilir. Youtube video barındırma, yayınlama ve canlı yayın hizmetleri ile bu trafiğin başını çekmektedir (Ragimova vd., 2019). Youtube'un internet üzerinde en fazla kullanılan platformlardan biri haline gelmesi ile birlikte Youtube üzerindeki eğitsel videoların içerikleri ve nitelikleri hakkında görüşler oluşmaya başlamıştır. Bu görüşler; genel olarak videoların içerik kalitesi, pedagojik açıdan değeri, uygunlukları ve güvenilirlikleri hakkında olmaktadır. Bir araştırmaya göre Youtube üzerindeki videoların kullanılabilirliği ve

yüksek erişim kapasitesi olumlu fakat eğitsel içerikli videoların içerik kalitesi ve güvenilirliği eğitsel anlamda risklidir (Chintalapati & Daruri, 2017).

İnsanların Youtube platformunu ağırlıklı olarak, üç amaç için kullandığı ortaya çıkmıştır. Bunlar; eğlenmek, bilgiye ulaşmak ve akademik öğrenme olarak saptanmıştır. İnsanların bir işlemi veya eylemi nasıl yapacağını öğrenmek (bilgiye ulaşmak) için o konu hakkında yaptıkları aramalar sonucunda karşılıklarına çıkan birçok eğitsel içerikli video bulunmaktadır. Bu videolar; tek elden çıkmayan, farklı yapıda, farklı nitelikte videolardır. Bu durum Youtube'un içerik çeşitliliğini ve zenginliğini oluşturmaktadır. Bu zenginlik ve yüksek erişim ile beraber, Youtube'un eğitim sistemleri ve eğitim durumları için tamamlayıcı bir araç olarak kullanılabilmesi görülmüştür. Bunun genel sebepleri ise öğrenenin; somut olup fiziksel ortamda erişilemeyecek nesnelere görsel ve işitsel olarak algılayıp kavramasına katkı sağlaması, fiziksel formu bulunmayan soyut kavramların öğrenilmesine katkı sağlamasıdır (Moghavvemi vd., 2018). Youtube'un bahsedildiği üzere eğitsel anlamda faydalı yanlarının yanında, olumsuz yanları da bulunmaktadır. Youtube gibi video paylaşım platformlarındaki eğitsel içerikli videolar bağlamında problem olarak görülen en önemli konular; videoların içerik güvenilirliği, doğruluğu ve kalitesidir. Youtube vb. platformların öğretim ortamında destekleyici bir araç olarak kullanılabilmesi için eğitsel kaliteleri ve nitelikleri bakımından incelenmelerinin şart olduğu ortaya çıkmıştır (Jones & Cuthrell, 2011).

Youtube üzerindeki videoların izlenmelerine sebep olarak bilinen birçok etken bulunmaktadır. Video içeriklerin gerçek hayatla ilişkisinin, video izlenmelerine olumlu etki gösterdiği görülmüştür. Başarılı bazı eğlence amaçlı Youtube kanallarında bulunan ortak bazı özellikleri; özgün içerikli olmaları, videolarda arka plan müziği kullanmaları, videoların uzunluğunun ortalama 20dk olması ve haftada en az bir video yüklemeleridir (Holland, 2016). Youtube üzerindeki eğitsel videoların pedagojik anlamda farklı etkileri bulunmaktadır. Youtube üzerindeki psiko-motor beceriler gerektiren eğitimlerde videolar tek başına yeterli olmamaktadır. Fakat psiko-motor becerilerin geliştirildiği yüz-yüze eğitimlere destekleyici eğitim olarak videoların olumlu katkısının olduğu görülmüştür (Güzel vd., 2020). Tüm duyu arasında görme duyusu; Öğrenme Konisi'nde en önemli, etkili ve dikkat çekici duyu olarak görülmektedir. Öğrenme Konisi'nde görme duyusunu, ikincil öneme sahip duyma duyusu takip etmektedir. Öğrenme üzerinde toplamda %94'lük bir paya sahip olan bu iki duyunun bir arada

kullanıldığı ve eğitsel materyal olarak kullanılabilen video içerikleri günlük hayatımızda önemli bir noktaya gelmiştir. Video içeriklerinin paylaşıldığı ve izlenebildiği platformların (Youtube, Facebook, Twitter, Instagram vb.) kullanımı her geçen gün hızla artmaktadır. Birçok eğitim kurumu, planlı olarak oluşturdukları eğitsel videoları sadece kendi öğrenenlerine veya herkese açık şekilde paylaşmaktadır. Fakat eğitim kurumlarının ürettikleri eğitsel içeriklerini sadece kendi platformlarında paylaşmaları erişim ve kullanım zorlukları oluşturabilmektedir. Dünyanın en iyi üniversitelerinden bazılarının (MIT, Stanford University vb.) eğitsel videoların yüksek potansiyeli üzerinde ortak kabulleri bulunmaktadır. Bu sebepten dolayı bu üniversitelerin, eğitsel içeriklerinin üretildiği ayrı birimleri bulunmaktadır. Bu eğitim kurumlarının sosyal medya araçlarını aktif olarak kullandıkları ve Youtube üzerinden sürekli olarak eğitsel video paylaşımı yaptıkları görülmüştür. Popüler üniversitelerin çoğunun Youtube'un kurulduğu yıldan beri bu platformu aktif olarak kullandıkları görülmüştür. Youtube genel erişime açık ve dünya genelinde en fazla kullanılan video platformu olması nedeniyle eğitsel videoların paylaşımı için uygun bir platform olduğu söylenmektedir (Ata & Atik, 2016).

Youtube platformundaki videoları kullanıcıların izleme motivasyonları, alışkanlıkları ve videoların içerikleri hakkında genel anlamda birçok araştırma bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; Akınç (2019), Çiçek (2018), Gök, Kırık ve Akşit(2019), Holland (2016), İç (2017), İlhan ve Aydoğdu (2019). Bu araştırmalar ağırlıklı olarak eğlence içeriği bulunan kanallar üzerine yapılmıştır. Youtube platformundaki eğitsel videolar üzerine yapılan araştırmalar özelinde literatür incelendiğinde öne çıkan araştırmalardan bazıları; “Alp ve Kaleci (2018), Chintalapati ve Daruri (2017), Dreon, Kerper ve Landis(2011), Duncan, Yarwood-Ross ve Haigh (2013), Kuyucu (2019), Moghavvemi, Sulaiman, Jaafar ve Kasem (2018), Orús, Barlés, Belanche, Casaló, Fraj ve Gurrea (2016), Rosenthal (2018) ’dır. Literatürde, Youtube üzerindeki eğitsel içerikli videoların; izlenme veya izlenmeme sebeplerinin, izleyici ve kanal sahibi gözünden incelendiği herhangi bir araştırma bulunmamaktadır.

Bu bağlamda Youtube’daki eğitsel içerikli kanalların, içerik üreticinin ve izleyicilerin bakış açısından değerlendirilmesi; içerik üreticinin, izleyicilerin kendi kanalını seçme sebeplerini bilerek eğitsel içerik üretmesinin büyük önem arz ettiği varsayılmaktadır. Youtube üzerindeki eğitsel içerikli video üreticilerin, izleyici

kitlesinin eğitsel ihtiyaçlarını belirleyip, bu ihtiyaçlara uygun şekilde video içeriklerini yapılandırmaları ihtiyacı bir problem olarak görülmüş ve araştırma bu kapsamda şekillenmiştir. Bu araştırma genel anlamda; “Youtube üzerindeki eğitsel içerikli videolar hakkında kanal sahipleri ile izleyicilerin; beklentileri, önerileri ve yayınlanan videoların yeterli-yetersiz gördükleri yanları nelerdir?” sorusu çerçevesinde oluşmuştur.

1.2 Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı Youtube’un eğitim anlamında potansiyelini ortaya çıkarmak için; eğitsel içerikli Youtube videolarının niteliğini iyileştirmeye yönelik içerik üreticilerin ihtiyaçlarına, eksiliklerine ve hatalarına yönelik önerilerin yanında eğitsel içerik izleyicilerinin içerik üreticilerden beklentilerini, önerilerini ve eleştirilerini ortaya koymaktır.

1. Kullanıcılar, Youtube üzerinde günlük olarak ne kadar zaman geçirmektedir?
2. Kullanıcılar Youtube üzerinde, eğitsel içerikli videolar ile günlük olarak ne kadar zaman geçirmektedir?
3. Youtube kullanıcıları, eğitsel videolara erişmek için Youtube dışında hangi platformları kullanmaktadır?
4. Youtube’da eğitsel içerikli kanallar ile diğer kanallar arasında ne tür farklar olmalıdır?
5. Youtube üzerindeki kullanıcıların, eğitsel içerikli bir videoyu izlemeyi bırakma ve izlemeye devam etme sebepleri nelerdir?
6. Youtube platformunu kullanan eğitsel içerik izleyicilerinin, Youtube üzerinde yaşadığı sorunlar nelerdir?
7. Youtube’da ideal bir eğitsel video içeriği için içerik üreticilerin dikkat etmesi gereken nitelikler ve izleyenlerin, içerik üreticilerden beklentileri nelerdir?
8. Youtube'daki eğitsel içerikli bir videonun ideal süresi ne kadar olmalıdır?
9. Youtube eğitsel video içerik üreticisinin, Youtube’da bulunan eğitsel içerikler hakkındaki görüşleri ve önerileri nelerdir?

1.3 Araştırmanın Önemi

Youtube eğlence ortamı olarak popüler olmasına karşın çok değerli bir öğrenme kaynağı haline gelmiş ve yazılı kaynakların büyük bir alternatifi olmaya başlamıştır (Chintalapati & Daruri, 2017). Youtube ve benzeri platformlarının; kolay erişim imkânı olması ve farklı eğitsel uygulamalara olanak sağlaması alternatif bir eğitim ortamı

olarak ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamıştır (Ata & Atik, 2016). Youtube üzerinden video materyal aracılığı ile yapılan video eğitimlerinin diğer web içeriklerinden ayrılan kısmı, farklı iletişim kanallarına hitap etmesidir. Bu sayede etkili öğrenme gerçekleşebilmektedir. Öğrenci görüşlerine göre, bireysel çalışmalarda videoların dersi eğlenceli hale getirdiği, konuları kavramada yardımcı olduğu ve başarı düzeyini arttırdığı ortaya çıkmıştır (Alp & Kaleci, 2018). Hemşire eğitimi için Youtube'un kullanıldığı çalışmada; Eğitsel Youtube videolarının, öğrencinin etkin katılımını, eleştirel düşünceyi kolaylaştırdığı görülmüştür. Youtube ayrıca insanların zamandan ve mekândan bağımsız olarak eğitsel içeriğe erişebilmelerini sağlamaktadır (Clifton & Mann, 2011). Duisembekova (2014)'deki tez çalışması ile Youtube'un eğlence için kullanımını haricinde sürekli güncellenen büyük bir bilgi kaynağı olduğunu ifade etmiştir.

Eğitimin dijitalleşmesini sebep olan ve ortam hazırlayan Web 2.0 teknolojileridir. Bu teknolojilerin aktif olarak kullanılmasını ve geniş kitlelere yayılmasını sağlayan başlıca platformlar sosyal medya araçlarıdır. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Dailymotion ve Vimeo gibi sosyal medya araçları arasında en fazla eğitsel içeriğe sahip olan ve en popüler olan platformlardan biri de Youtube'dur. Youtube üzerinde dünyada en fazla abonesi olan eğitsel içerikli kanal "Super Simple Songs" kanalıdır. Bu kanal, çocuklara İngilizce dil eğitimi vermek amaçlı İngilizce şarkı videoları yayınlamaktadır. Bu kanalın toplam abone sayısı kaynağa erişim tarihi itibarıyla 19.7 milyon ve toplam izlenme sayısı ise 17.2 milyardır. Ayrıca kanalda toplam yayınlanmış 484 video bulunmaktadır (Socialbakers, 2020a). Türkiye'de ise Youtube üzerinde eğitsel içerikli en fazla abonesi olan kanal, kaynağa erişim tarihi itibarıyla 1 milyon abone ile "Hocalara Geldik" kanalıdır. Bu kanalın içerikleri ise ağırlıklı olarak Türkiye'deki orta öğretim kademesindeki öğrencilerin yükseköğretim kademesine geçiş sınavlarına yönelik içerikler bulunmaktadır. Ayrıca bu kanalın toplam izlenme sayısı kaynağa erişim tarihi itibarıyla 518 milyondur (Socialbakers, 2020b). Verilen eğitim kanallarının ve benzerlerinin, izlenme ve abone yükselişine bakıldığında, Youtube'un eğitim ortamı olarak kullanımında büyük bir potansiyeli olduğu söylenebilmektedir. Web 2.0 teknolojileri ile çalışan Youtube, 21.yy öğrenenleri için etkileşimli bir öğrenme ortamıdır. Fakat eğitsel içerikli videoların güvenilirliğinin ve kalitesinin değerlendirmesi bir zorunluluk olmuştur (Jones & Cuthrell, 2011). Bu bağlamda Youtube'un eğitim alanındaki potansiyelini daha efektif ve daha verimli şekilde ortaya çıkarmak için

eğitsel videoların içeriklerinin kalite faktörleri belirlenmelidir. Youtube vb. platformlarda eğitsel video içerik üreticileri ve eğitsel videolara katılımcı olan izleyicilerin görüşlerinin büyük önem taşıdığı söylenebilmektedir.

Bu araştırmaıyla; Youtube platformu üzerinde eğitsel video içerik oluşturacak bireylere, izleyicilerin ve eğitmenlerin görüşleri doğrultusunda; eğitsel videoların bulundurması gereken özellikleri hakkında önerilerin oluşması amaçlanmaktadır.

1.4 Varsayımlar

Bu alışma, çalışma grubunu oluşturan Youtube izleyicilerinin eğitsel içeriğe erişim açısından yeterli imkânlara sahip oldukları varsayımına dayandırılmıştır.

1.5 Sınırlılıklar

Bu alışma eğitsel içerikli videoların paylaşılabildiği bir platform olarak Youtube platformu içindeki eğitsel kanallar arasında bulunan “kablosuzkedi” kanalının içerik üreticisinin ve izleyicilerinin katılımıyla ve sorulara verdikleri cevapları ile sınırlıdır.

BÖLÜM 2

2 ALAN YAZIN

Bu bölüm, kuramsal çerçeve ve ilgili araştırmalar olmak üzere 2 kısımdan oluşmaktadır.

2.1 Kuramsal Çerçeve

Bu çalışmada, en popüler video içerik paylaşım platformu olan Youtube üzerindeki eğitsel içerikli kanal ve videolarının; izleyiciler ve eğitmenler bağlamında incelenmesi konu alınmıştır. Çalışmanın belirtilen konusuyla Youtube vb. platformlardaki eğitsel içerikli video materyallerin niteliği, bu platformların kullanıcıları olan izleyiciler ve eğitmenler perspektifinden incelenecektir. Bu bağlam doğrultusunda alan yazın başlıklar altında düzenlenmiştir.

2.1.1 Eğitim Kavramı ve Eğitimin Dijitalleşmesi

Bilgi çağı olan 21. yüzyılda, yükselen bir ivme ile gelişmeye devam eden bilgisayar teknolojileriyle birlikte eğitimde değişime uğramakta ve dijitalleşmektedir. Eğitimin dijitalleşmesi ile beraber her birey; dijital eğitim içeriği paylaşılabilen platformlarda hem öğrenci, hem öğretici olarak bulunabilmektedir. Bireyler pedagojik bilgileri olmadan, alanında eğitim almadan ve yaşlarına bakılmaksızın; ister eğitsel içerikli dijital platformlarda eğitsel içeriklerini planlı veya plansız olarak eğitmen konumunda paylaşabilmekte, isterlerse öğrenen olarak zamandan veya mekândan bağımsız olarak eğitsel içeriğe erişebilmektedirler. Bu durum dijital ortamdan erişilen eğitim platformlarındaki eğitsel içeriklerin niteliklerini de tartışmaya açmıştır. “Z Kuşağı” olarak adlandırılan, teknoloji ile büyümüş ve teknolojiyi aktif olarak kullanan bireyler; teknolojiyi ile günlük hayatını tamamen birleştirmiş ve öğrenme, araştırma, kariyer, sosyalleşme gibi ihtiyaçlarını tamamen teknolojiden karşılar hale gelmiştir (Ardıç & Altun, 2017). Ayrıca geleneksel eğitim metotlarının, z kuşağının beklentilerine ve ihtiyaçlarını cevap veremediği görülmüş, z kuşağının uyum sağlayabileceği eğitim teknolojilerinden artırılmış gerçeklik uygulamalarının eğitimdeki kazanımları ortaya çıkmıştır (Somyürek, 2014).

Güncel eğitim teknolojilerinin geleneksel eğitim yöntemlerine göre, bireylerin teknolojiye erişiminin bulunduğu sürece geçerli olan, birçok olumlu yönünün olduğu

bilinmektedir. Güncel eğitim teknolojileri, bireylere; zamandan bağımsız olarak eğitsel içeriğe erişebilme imkânı vermesi, eğitsel içeriğin mekânında bulunma zorunluluğu koymaması, kişisel öğrenme hızlarına ve kişisel öğrenme alanlarına göre eğitim alabilme imkânı sağlaması gibi önemli olumlu nitelikleri sağlamaktadır. Bu nitelikler ile birlikte uzaktan eğitimin verilmesi, uzaktan eğitim sınavlarının uygulanması kolaylaşmıştır (Saykılı, 2018). Bununla beraber, güncel teknolojinin eğitime uyarlanmasında birçok sorun da ortaya çıkmıştır. Eğitim kurumunun deneyim eksikliği, alt yapı eksiklikleri, kuruma karşı yüksek beklenti oluşması ve bu dönüşümün başarılı olmayacağı görüşleri tespit edilen bazı sorunlardandır (Çelen vd., 2011). Bu bağlamda Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarının birçoğu da bu dönüşüme uyum sağlama çabasına girmiştir. Dönüşüme uygun yazılımların seçilmesinde kurumun ihtiyaçları ve ekonomik gücü önemli faktörlerdendir. Bu dönüşümün ekonomik ve güvenli olması için sık kullanılan, kabul görmüş yazılımlar seçilmektedir. Bu yazılımlardan dünyada birçok eğitim kurumu tarafından en çok tercih edilen ve kullanılan, Özgür Yazılım Lisansı (GNU) ile lisanslanmış Moodle yazılımıdır. Türkiye'de de birçok yükseköğretim kurumu tarafından da aktif olarak kullanılmakta olan Moodle, içinde bulundurduğu birçok araç ile birlikte tamamen ücretsizdir (Aydın & Biroğul, 2008). Ayrıca Moodle için geliştirilen birçok eklenti bulunmaktadır. Örnek olarak, Blok Zinciri (Blockchain) teknolojisi kullanılarak geliştirilmiş bir eklenti ile güvenli sertifika oluşturabilmek için şifreli belge doğrulama sistemi bulunmaktadır (Karataş, 2018).

2.1.2 Eğitimin Dijitalleşmesinde Çoklu Ortam Öğelerinin Kullanımı ve Duyuların Öğrenmedeki Rolü

Görme, duyma ve dokunma duyularına hitap eden ortamlar, çoklu ortam olarak ifade edilmektedir. Aynı zamanda bu duyulara hitap eden ve öğrenme ortamlarını kullanan öğrenenler kalıcı öğrenme elde edebilmektedir (Yılmaz & Akkoyunlu, 2006). Öğrenmenin kalıcı olması ve önceki bilgilerin üzerine ekleyerek ilerlemesi konuları üzerinde duran Türetimci Çoklu Ortam Öğrenme Kuramı ile öğrenenlerin daha etkili ve kalıcı öğrenmeleri için öğrenme ortamının bulundurulması gereken nitelikler belirtilmiştir. Bu nitelikler sağlandığı takdirde farklı duyuları hedef alan eğitsel materyallerin kalıcı ve etkin öğrenmeyi sağladığı görülmüş; görsel ve işitsel duyulara hitap eden videoların, kalıcı ve etkin öğrenmeye katkı sağladığı söylenebilmektedir (Akkoyunlu & Yılmaz, 2005). Mayer (2001) tarafından oluşturulan, Çoklu Ortam Öğrenmede Bilişsel Kurama temel oluşturan biliş kuramları; İkili Kodlama Kuramı,

Sınırlı Kapasite ve Aktif İşlemci'dir. Bu kuramlardan ikili kodlama kuramı; öğrenenlerin görsel, işitsel mesajları işlemek için ayrı ayrı kanalları kullandığını savunmaktadır ve temsilcileri Paivio (1991) ve Baddeley (1992)'dir. Sınırlı Kapasite Kuramı ile öğrenenlerin aynı anda aynı kanaldan sınırlı miktarda bilgi işleyebileceği belirtilmiştir ve temsilcileri Baddeley (1992) ile Sweller ve Chandler (1991)'dir (Tatlı, 2018). Çoklu ortam ve Web tabanlı öğrenmelerde genelde içerik olarak görsel ve/veya işitsel öğeler kullanılmaktadır. Yapılan birçok araştırmada; işitsel ve görsel materyallerin bir arada kullanıldığı içeriklerin, sadece görsel veya sadece işitsel materyallerin kullanıldığı içeriklere göre çok daha etkili olduğunu göstermiştir. Ayrıca bu öğrenme ortamlarında içeriklerin bilişsel yük kuramına göre hazırlanması ile görsel ve işitsel içeriklerin çalışma belleği sınırları dâhilinde oluşturulması ve uzun süreli belleğin istenilen öğrenmeleri sağlaması için gerekli zamanın tanınması sağlanmaktadır (Çakmak, 2007).

2.1.3 Aktif-Öğrenme ve Öğrenmeyi-Öğrenme

Öğrenme, öğrenen tarafından genellikle bir eğitmen yardımı ve kılavuzluğunda gerçekleşmektedir. Piaget'e göre, öğrenme ve zihinsel gelişim için olgunlaşma ile birlikte çevre de çok önemlidir. Öğrenenin, çevre ile etkileşim kurduğu sürece zihinsel örüntüsünün katlanarak gelişmesini öğrenme olarak tanımlamıştır. Davranışsal öğrenme tanımına göre tam olarak bir öğrenmeden bahsedebilmek için, öğrenenin öğrendiği bilgi veya beceriyi uygulamalı olarak gösterebilmesi gerekmektedir. Öğrenmenin ancak, öğrenenin aktif katılımı ile olacağı, öğretmenin sadece yol gösterici bir kılavuz olduğu bilinmektedir. Öğrenenin zihinsel olarak geçirdiği değişim bir öğrenmedir. Sadece dinleyerek ve kavramlarla bütünleşmeden yapılan geçici öğrenme, pasif bir öğrenmedir (Ünal, 1999). Aktif öğrenme, öğrenenin kendi öğrenme sürecini yönetebilme sorumluluğunu taşıdığı, öğrenenin öğrenme süreçlerinde zihinsel veya fiziksel olarak aktif olduğu bir öğrenme modelidir. Aktif öğrenme, günümüzde kabul görmüş ve uygulanmakta olan modeldir. Öğrencinin merkezde olduğu bu modelde, öğrencinin öğrenme süreçlerine aktif katılabilmesi için öğretmenlerin donanımlı birer rehber olması gerekmektedir. Aktif öğrenme modeli ile birlikte, öğrenenin üzerinde birçok sorumluluk ortaya çıkmıştır. Genel olarak öğrenenin; aktif öğrenme modeli ile öz disiplini sağlaması ve öğrenme hedefleri için gerekli araştırma ve çalışmaları yapması gerekmektedir. Aktif öğrenme modeli ile birlikte öğrenen öğrenmeyi öğrenmektedir. Bu yetiyi kazanabilmek içinse, öğrenenin kendi bilişsel yeteneklerini ve mekanizmalarını iyi

bilmesi ve ona göre öğrenme süreçlerini düzenlemesi gerekmektedir (Weinstein vd., 2015). Aktif öğrenme modelinde, öğrenenin öğretene bağımlılığı azalmaktadır. Bununla birlikte, öğretenin bazı görev ve sorumlulukları da öğrenene aktarılmaktadır. Bu nedenle geleneksel eğitim modellerine göre Aktif-Öğrenme modelinde öğrenenin ve öğretenin daha fazla çaba sarf etmesi gerekmektedir. Aktif öğrenme modeli için kullanılan 4 temel öğrenme stratejisi vardır. Bunlar; “İşbirlikçi Öğrenme”, “Projeye Dayalı Öğrenme”, “Probleme Dayalı Öğrenme” ve “Sorgulamaya Dayalı Öğrenme” dir. Bu öğrenme stratejilerinin aktif öğrenme kapsamındaki önemli ortak noktaları, öğrenenlerin kendi öğrenme süreçlerinden sorumlu olmaları ve öğrenenlerin öğrenme sürecinin merkezinde yer almalarıdır. Genel olarak bu öğrenme stratejileri ile birlikte öğrenen; “araştırma yapmayı, işbirliği ile çalışmalar yapabilmeyi, sosyal becerileri, teknolojiyi etkin kullanmayı, sorgulamayı, hipotez geliştirme becerisini, problem çözmeyi ve sorgulayarak öğrenmeyi” öğrenmektedir (Çelik vd., 2005). Aktif öğrenmenin etkileri üzerine yapılan meta-analiz araştırmasında, öğretim kademelerine göre aktif öğretim yöntemlerinin etkisi değişmektedir. Tüm öğretim kademelerinde, aktif öğretim yöntemlerinin matematik başarısı üzerinde olumlu etki oluşturduğu görülmüştür. Aktif öğrenme modellerinin öğrenme üzerindeki etkisinin; en düşük olduğu öğretim kademesinin ilkökul, etkinin en yüksek olduğu kademenin ortaokul olduğu saptanmıştır (Sarier, 2020). Aktif öğrenmeyi engelleyen ve olumsuz etkileyen bazı etkenler bulunmaktadır. Bunlar genel olarak eğitmen ve eğitici taraflı etkenlerdir. Özet olarak bu olumsuz etkenler;

- Öğrenenin, öğrenme sürecindeki tek sorumlu kişiyi öğretmen olarak görmesi,
- Öğrenenin, öğrenme hedeflerini ve amaçlarını tam olarak anlamaması,
- Öğrencinin önceki yaşantılarından kalan önyargıları ve duyuşsal yapısı,
- Öğretenin yaşamı boyunca aldığı eğitimler ve yetiştiği eğitim ortamı,
- Kurum yöneticilerinin gördüğü ve aldığı eğitimler

olarak gösterilebilir (Ünal, 1999).

2.1.4 Eğitimin Dijitalleşmesinde Popüler Uygulamalardan Web 2.0 Araçları

Günlük hayatımızda sık olarak kullandığımız birçok web ortamı ve sosyal medya mecraları (Twitter, Youtube, Facebook vb.) Web 2.0 teknolojisini kullanmaktadır. Web 2.0 teknolojisi ile birlikte web ortamları günümüzdeki popülerliğine kavuşmuştur. Web 1.0 teknolojisinde kullanıcıların sadece web

sayfalarındaki içerikleri tüketebildiği, içerik üreticilerin sadece o platformu oluşturan kişilerdir. Web 2.0 ile birlikte kullanıcıların web içeriklerine olumlu-olumsuz geribildirimde bulunabildiği, içerikleri değiştirebildiği, kendi içeriklerini oluşturabildiği bir ortam oluşmuştur. Bu sayede günümüzde kullandığımız birçok site daha işlevsel ve kullanıcıya göre özelleştirilebilir hale gelmiştir. Web 2.0 teknolojisi kullanan, popüler olan bazı teknolojiler ve araçlardan bazıları; Wiki Motorları, Mashup Araçları, Blog Yazılımları, İçerik Yönetim Sistemleri, AJAX, RSS vb.'dir (Murugesan, 2007). Web 2.0 araçlarının eğitimde bir materyal veya destekleyici bir araç olarak kullanımı da oldukça yaygındır. Web 2.0 araçlarının eğitsel olarak birçok faydası tespit edilmiştir. Öğrenen perspektifinden; motivasyon, verimlilik artışı, öğrenmeyi öğrenme yeteneği, sürekli değişen ve gelişen bilgi kaynaklarına erişim imkanı, öğrenme süreçlerine etkin katılımında bulunma imkanı, öğrenenin içerik tüketmesinin yanında içerikler oluşturabilmesi ve mevcut içerikleri düzenleyebilmesi vb. faydaları sağlayabilmektedir. Öğretmen perspektifinden ise; ders içeriklerini günlük hayata yakın ve güncel tutma imkânı ile olumlu bir sınıf ortamı oluşturabilmek için gerekli etkinlikleri oluşturabilme vb. faydaları sağlayabilmektedir. Fakat her Web 2.0 aracının öğrenme süreçlerinde her iki tarafa da bu faydaların hepsini sağlaması her zaman mümkün olmamaktadır. Öğrenmede bu araçlar kullanılırken öğrenmeyi etkileyen sosyal, fiziksel ortamlar ve ayrıca öğretim tekniklerinin amacına uygun kullanımı Web 2.0 araçlarının öğrenmede etkin kullanımı için çok önemli faktörlerdendir (Elmas & Geban, 2012). Ayrıca bireylerin Web 2.0 araçlarını kullanma motivasyonları üzerinde, bireylerin kişilik özelliklerinin olumlu-olumsuz etkileri de görülmüştür. Kişilik özelliklerini dışadönük ve içedönük, yeniliğe açık ve yeniliğe kapalı şeklinde iki faktörlü ölçek kullanılmış bir araştırmada; 2 faktör üzerinden bireylerin Web 2.0 araçlarını kullanım tercihleri ve bireylerin bu kullanım tercihlerinin öğrenme süreçleri üzerindeki etkisi görülmüştür. Bu çalışma ile birlikte BÖTE bölümü öğrencilerinin tüm faktörler dikkate alındığında ortak olarak kullandıkları platformların; Facebook, Twitter ve Instagram platformları olduğu ortaya konulmuştur. Bu bağlamda öğretmenlerin ve eğitimcilerin bu sosyal medya platformlarını, öğrenenlere yönelik eğitim faaliyetleri için kullanabilecekleri görülmüştür (Albayrak & Kıyıcı, 2017). Web 2.0 teknolojisinin öğrenme süreçlerinde daha etkili kullanılabilmesi için öğrenme teorilerine uygun birçok Web 2.0 araçları geliştirilmiştir. 2004-2013 yılları arasında öğretim teknolojileri alanında Web 2.0 araçlarının kullanımı üzerine yapılan 440 araştırmayı, öğrenme teorilerini seçme eğilimlerine göre inceleyen bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada; Web 2.0 öğrenme

ortamlarının, öğrenme teorileri üzerine yapılandırılmanın, Web 2.0'ın ortaya çıkışından 4 yıl sonra başlamış olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca Web 2.0 öğrenme uygulamalarının genel olarak “yapılandırmacı, sosyal ve durumsal öğrenme” teorileri üzerine kurulduğu görülmektedir (Topuz vd., 2015). Web 2.0 teknolojisi sayesinde insanlar içerik tüketmekten çıkıp, üreten bir birey olma ve ayrıca ürettiği içerikten gelir elde etme şansı kazanmıştır. Bu şansı son yıllarda en fazla sağlayan ve popülerliği, geleneksel medyanın düşüşüne karşın hızla yükselen video paylaşım platformlarından en çok kullanılanı Youtube'dur (Youtube, 2020).

2.1.5 Dağıtık Öğrenme (Distributed Learning)

Dağıtık öğrenme ile öğrenenlerin farklı zaman ve mekândan bağımsız aynı sanal toplulukta bulunması sağlanmakta ve eğitimde eşitsizliği gidermek için yüksek potansiyeli olduğu öngörülmektedir. Eğitici tasarımı, bilgi ağları, sanal topluluklar ve paylaşılan sanal ortamlar Dağıtık Öğrenmenin kapsadığı alt başlıklarıdır. Ayrıca Dağıtık Öğrenme, uzaktan eğitimden daha kapsayıcı bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Dede, 1996). Bu yöntem ile çok farklı teknolojiler öğrenmeye dâhil edilebilmektedir. Öğretmen ve öğrencilere tatmin edici, üretken bir öğrenme deneyimi oluşturmaktadır (Walker, 2003). Bu bağlamda Youtube, birçok eğitsel amaçlı videoları barındırması ve geniş kitlelerin kullanması yönü ile dağıtık öğrenmenin uygulanabileceği bir ortam sağlayabilmektedir.

2.1.6 Esnek Öğrenme (Flexible Learning)

Esnek Öğrenme; genelde uzaktan eğitimle anılsa da örgün eğitim öğrenenlerinin de ihtiyaçlarına, öğrenme durumlarına ve yöntemlerine uygun öğrenme materyali ve yöntemi kullanmayı amaçlayan bir öğrenme biçimidir. Yüksek Öğretim kurumlarında esnek öğrenme ile öğrenci; eğitmen ve kurumun önceden belirlediği tek bir programla değil, eğitmen ve kurumun önceden hazırladığı seçilebilir alternatif programlar üzerinden seçim yapabilir. Öğrenciye sunulan alternatif seçim olanakları eğitim kurumuna göre değişebilmektedir. Bu seçim yapma olanakları yanında esnek öğrenme, öğrencinin öğrenme ortamını ve zamanını da seçme imkânı sağlar. Esnek Öğrenme ile öğrenmenin bireyselleştirilmesi de sağlanmaktadır. (Collis & Moonen, 2002). Esnek öğrenmenin zaman ve mekân bağımsız olması ile öğrenene seçip yapması imkânları bir arada düşünüldüğünde, Youtube platformunda kullanılabilir bir öğrenme yöntemi olduğu söylenebilir.

2.1.7 Harmanlanmış Öğrenme (Blended Learning)

Harmanlanmış öğrenmenin birçok tanımı bulunsa da, genel anlamda geleneksel eğitim ile çevrimiçi eğitimin teknolojik olanaklarının birleştirilmiş bir karması olarak ifade edilebilmektedir. Çevrimiçi eğitimin ve geleneksel eğitimin faydalı yönlerini alarak ortaya çıkmış bir kavramdır. Harmanlanmış öğrenme kullanılmış derslerde çevrimiçi öğrenmeye göre; öğrenci-öğretmen etkileşimi ve ders yapısı vb. faktörler bakımından öğrencilerin daha fazla doyum aldığı ve öğrencilerin akademik başarılarına daha olumlu etkisi olduğu görülmüştür (Usta & Mahiroğlu, 2015). Bir anlamda harmanlanmış öğrenme; geleneksel öğrenme yöntemleri ile çağdaş ve teknolojik öğrenme yöntemlerini bir araya getiriyor denilebilir. Harmanlanmış öğrenme kullanılan diğer bir araştırmada ise harmanlanmış öğrenme ortamının kullanıldığı dersler sonucunda öğrencilerin başarılarında artış olduğu görülmüştür. Ayrıca aynı araştırmada derslerin harmanlanmış öğrenme ortamında işlenmesi hakkında öğrenciler olumlu yönde görüş bildirmişlerdir (Uluyol & Karadeniz, 2009). Harmanlanmış öğrenmenin geleneksel ve çağdaş yöntemleri birleştirmesi yönü düşünüldüğünde, Youtube'un yardımcı bir teknolojik araç olarak harmanlanmış öğrenmede kullanılabileceği söylenebilir.

2.1.8 Çevrimiçi Eğitim

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerden ve yeni teknolojik imkânlardan eğitimde faydalanmıştır. Bu faydalardan şüphesiz en yaygın olanlarından birisi de çevrimiçi eğitimidir. Çevrimiçi eğitim; öğrenme-öğretme faaliyetlerini, bilgisayar ağlarını ve teknolojilerini kullanarak sanal ortama taşımıştır. Ayrıca, internet ve bilgisayar donanımı olduğu şartlarda çevrimiçi eğitim ile öğrenen ve öğreten; mekândan ve zamandan bağımsız, eş zamanlı veya eş zamansız olarak öğrenme faaliyetlerini sürdürebilmesine olanak tanımaktadır (Uysal, 2011). 2020 yılı içinde dünyaya yayılan Covid-19 virüsü sebebiyle eğitim kurumlarının örgün eğitim faaliyetlerini durdurması ve çevrimiçi eğitim ortamlarını kullanmaya başlaması; zaten yükselişte olan çevrimiçi eğitimin daha da hızlı gelişimine ve geniş kitleler tarafından kullanımının artmasına sebep olmuştur (Yamamoto & Altun, 2020). Çevrimiçi eğitimdeki kalitenin saptanması ve ölçülebilmesi için kalite standartları belirlenmiştir. Yüksek Eğitim Birliği Kurumu Amerika' da çevrimiçi eğitimin kullanımına yönelik, çevrimiçi eğitimdeki kalite standartlarının henüz istenen düzeye ulaşmadığını

belirtmiştir. Amerika’da çevrimiçi eğitimin kalite standartlarına yönelik birçok araştırma yapılmıştır. Genel olarak çevrimiçi eğitimdeki kalite standartlarında dikkate alınan temel alanlar Uysal (2011) tarafından; “altyapı, içerik, teknoloji, öğrenme kaynakları, ölçme ve değerlendirme, ders geliştirme, öğrenci destek, öğretim elemanı destek, öğretim tasarımı, öğrenci hizmetleri, öğrenen etkileşimi, erişebilirlik, öğrenme çıktılarının değerlendirilmesi, diğer kurumlar ile işbirliği, kurumsal destek, finans yönetimi, yönetim yükümlülükleri, program değerlendirme ve 21. yüzyıl becerileri” olarak tanımlanmıştır. Bu temel alanlar ile eğitim kurumları akredite edilmektedir (Uysal, 2011). Youtube; popülerliği ve dünya genelinde çok fazla insanın erişimine açık olması durumları ile büyük bir çevrimiçi eğitim ortamı olarak kullanılabilir araç potansiyeli barındırmaktadır.

2.1.9 Uzaktan Eğitim

Çevrimiçi eğitim, uzaktan eğitimin uygulanmasında kullanılan teknolojik yöntem olarak ifade edilebilir. Uzaktan eğitim, zaman içinde farklı yöntemlerle yapılmıştır (mektup, telefon, gazete, televizyon vb.). Uzaktan eğitim genel olarak; kurumların veya öğretmenlerin, geleneksel eğitim yöntem ve tekniklerinin sınırlılık oluşturduğu durumlarda kullanması için ortaya çıkan, eğitimin zaman ve mekândan bağımsız olarak işlevine devam etmesini sağlayan bir öğretim yöntemidir. Öğrenen ve öğretmenin eğitim sürecinin büyük bir kısmında fiziksel olarak aynı mekânda olmamaları uzaktan eğitimin en belirgin özelliklerinden birisi denilebilir. Uzaktan eğitim ile öğrenenler; bireyselleşmiş, esnek ve bağımsız öğrenme olanaklarını kazanmaktadır. Bu öğretim yönteminin uygulanabilir olmasını sağlayan en büyük etmen teknoloji olarak görülmektedir. Günümüzde uzaktan öğretim uygulamalarında yaygın olarak kullanılan araçlar televizyon ve bilgisayar tabanlı teknolojilerdir. Uzaktan eğitimin uygulanmasında kullanılan modeller senkron(eş zamanlı) ve asenkron(eş zamansız) olarak 2 gruba ayrılmaktadır. Eş zamanlı modelde, öğrenci ve öğretmen aynı zaman diliminde canlı olarak ders etkinliğini gerçekleştirirler. Eş zamansız modelde ise öğretmenin önceden hazırladığı ders veya ders içeriklerine öğrenci uygun olduğunda katılır. Her iki modelinde avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır (Demir, 2014). Uzaktan eğitim sadece mesafe ile alakalı olmamakla birlikte, ağırlıklı nedeni geleneksel eğitimle aşılamayan mesafe ve iletişim zorluklarıdır. Bunlarla birlikte uzaktan eğitim durumlarına, bazı geleneksel eğitim yöntemlerinin uyarlanmasının tek başına yeterli olmadığı görülmüştür (Michael, 1991). Bazı üniversitelerin Youtube’u uzaktan eğitim

videolarını barındırma aracı olarak kullandığı bilinmektedir. Türkiye’de Youtube’u uzaktan eğitim aracı olarak kullanan en büyük uzaktan eğitim kurumlarından biri de Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi’dir (Terlemez, 2016).

2.1.10 Çevrimiçi ve Uzaktan Eğitimde Kalite Faktörleri

Çevrimiçi eğitim, uzaktan eğitim, e-öğrenme vb. eğitim yöntemlerindeki başarı faktörleri ve kalite faktörleri hakkında yapılan bazı araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalarda genel olarak bu eğitim yöntemlerinin başarılı ve etkili bir öğrenme ortamını sağlayabilmesi için gerekli uygulama aşamasındaki faktörlerden bahsedilmektedir. Çevrimiçi eğitimin gelişmesinde ve üniversitelerde bazı durumlarda eğitimin sürekliliğini sağlaması için internet çok önemli bir faktördür. Üniversiteler internet teknolojisi sayesinde eğitimin çevrimiçi dağıtılabilmesini sağlayabilmektedir. Bu bağlamda çevrimiçi dağıtımda üç kritik başarı faktörü tanımlanmıştır.

- Teknoloji (erişim kolaylığı, ara yüz tasarımı ve etkileşim düzeyi),
- Eğitimci (öğrenciye yönelik tutumlar, eğitmenin teknik yeterliliği, sınıf etkileşimi),
- Öğrenci bakış açısından önceden teknolojinin kullanımına yönelik görüşü

Çevrimiçi eğitimde değerlendirmelerinde kontrol grubu oluşturmanın, geleneksel yöntemlere göre daha güç olması, ölçme değerlendirme sonuçlarının güvenilirliğini tespit etmeyi daha zorlaştırmaktadır. Fakat bunlara nazaran yapılan araştırmalar ışığında, eğitimde internetin çok güçlü bir araç olduğu da bilinmektedir (Volery & Lord, 2000). Çevrimiçi akademik eğitim veren yükseköğretim kurumlarının yeni bir türü olan Universitas 21 Global(U21G) programlarının içerik kalitesi ölçümünde kullanılan Kalite Güvencesi(QA) süreçleri bulunmaktadır. Çevrimiçi eğitimin kalitesini belirlemede kullanılan bu süreçler, beş ana faktöre ayrılmıştır. Bunlar; içerik geliştirme, ders geliştirme, yardımcı öğretim üyesi alımı, pedagoji ve sunumdur. Bu Kalite Güvencesi(QA) süreçlerinin uzaktan eğitim üniversitelerinde uygulanmasının gerekli olduğu ortaya konulmuştur. Fakat bu kalite güvencesi süreçlerinin dezavantajı; pahalı olması ve uzun zaman aldığı bilinmektedir (Chua & Lam, 2007). Diğer yandan tamamen çevrimiçi eğitimin kullanıldığı programların, yüksek öğretimde iyi hazırlanmış eğitim programlarının yerine tam olarak geçemeyeceği resmi eğitim kurumları raporlarında görülmektedir (Jaggars & Bailey,

2010). Çevrimiçi ve Uzaktan eğitim içeriklerini barındıran platformlardan biri olarak Youtube ve Youtube'un içerdiği eğitsel içerikli videoların kalite belirleme kriterleri de dikkate alınabilecek bir noktadır.

2.1.11 Çevrimiçi, Uzaktan ve E-Öğrenmede Video Kullanımı

Etkileşimli videoların öğrenme verimliliği üzerindeki etkisi hakkında yapılan bir çalışmada dört farklı öğrenme ortamı ve bu öğrenme ortamlarının öğrenme etkinliğine olan etkileri incelenmiştir. İncelenen öğrenme ortamlarından üçü; etkileşimli videolu, etkileşimli olmayan videolu ve videosuz e-öğrenme ortamlarıdır. Dördüncü ortam ise geleneksel sınıf ortamıdır. Bu araştırma ile ortaya konulan sonuçlarda, öğrenme etkinliği için videonun değerinin, etkileşim sağlanmasına bağlı olduğunu görülmüştür. Etkileşimli video sağlayan e-öğrenme ortamındaki öğrenciler, diğer ortamlardakilere göre önemli ölçüde daha iyi öğrenme performansı ve daha yüksek düzeyde memnuniyet yaşamıştır. Buna nazaran etkileşimsiz video sağlayan e-öğrenme ortamlarında, etkileşimlilere nazaran öğrencilerin öğrenmesinde bir gelişme sağlamamıştır. Yine aynı araştırma ile içeriğe erişim üzerinde bireysel kontrole izin veren etkileşimli video, daha iyi öğrenim sonuçları ve daha yüksek öğrenci memnuniyeti sağlayabileceği görülmüştür. Kısaca e-öğrenme ortamlarında etkileşim özelliğinin bulunması, öğrenmenin etkinliğini arttırmak için etkileşimli e-öğrenme ortamlarının değerli bir araç olabileceği görülmüştür (Zhang vd., 2006). Burke ve Snyder (2008)'deki çalışmasında; Youtube platformu üzerindeki eğitsel videoların, deneyimli ve yetenekli öğretmenler ile fiziksel sınıfta veya çevrimiçi sınıfta kullanımının büyük bir potansiyel gücü olduğunu göstermiştir. Alp ve Kaleci (2018), Youtube'daki videoların eğitsel materyal olarak kullanımına yönelik öğrenci görüşlerini inceledikleri çalışmada; öğrencilerin bireysel çalışmalarında videoların, dersleri eğlenceli ve daha etkili öğrenilebilir hale getirdiğini ve başarı düzeylerini arttırdıklarını görmüşlerdir.

2.1.12 Video Paylaşım Platformları

Günümüzde artık geleneksel medya olarak nitelendirebileceğimiz televizyona güçlü bir alternatif olarak ortaya çıkan, çevrimiçi video paylaşım platformlarının günümüzdeki yükselişi görülmektedir. Popüler olarak kullanılan birçok video paylaşım platformu bulunmaktadır. Türkiye'de popüler olarak kullanılan video paylaşım platformları, 2013 verileri referans alınarak kullanım sıklığına göre sıralandığında; Youtube, İzlesene, Dailymotion, Milliyet, UzmanTV ve Vidivodo vb. olarak devam

etmektedir. Türkiye’de insanların televizyon yerine çevrimiçi video platformlarını tercih etme sebepleri; reklamsız izleyebilme, istenildiği zaman ve istenilen yerde izleyebilme olanağı ve sansürsüz izleyebilme vb. olarak ortaya çıkmıştır (Dereli, 2013).

Youtube 2005 yılında San Francisco merkezli kurulmuş bir video paylaşım platformudur. Dünya genelinde kullanılan video paylaşım platformları arasında Youtube, günümüzde olduğu gibi 2013 yılında da yükselen popülerliğe sahip bir platformdu. Youtube’a dakikada yüklenen videoların toplam süresinin 2013 yılında yaklaşık 100 saat olduğu Youtube’un resmî istatistiklerden görülmektedir (Dereli, 2013). Günümüzde ise Youtube’un resmî olarak yayınladığı istatistiklere göre, Youtube üzerinde günlük 1 milyar saat video içeriği izlenmekte ve aylık olarak 2 milyar kayıtlı kullanıcı Youtube’u ziyaret etmektedir. Youtube’un ifadesine göre internet kullanıcılarının neredeyse üçte biri Youtube kullanmaktadır (Youtube, 2020). Youtube hakkında yayınlanan bazı istatistikler aşağıda verilmiştir (Smith, 2020b):

- Youtube’un aylık olarak kullanımı, dünya nüfusunun %25’i kadardır (Youtube, 2020).
- Youtube reklamları üzerinden 2019 yılında kazanılan para 15.1 milyar dolardır (2019).
- Youtube üzerinde kullanıcıların yıllık olarak izlediği içerik sürelerinin toplamı yaklaşık 46.000 yıldır (2016).
- Youtube’un toplam trafiğinin %70’ini mobil cihazlar kapsamaktadır (2019).
- Youtube üzerinde günlük olarak izlenen ortalama içerik miktarı 1 milyar saattir (2018).
- Mobil cihazlarda, ortalama oturum süresi 10 saattir (2018).
- Youtube’a her dakika toplam 500 saatlik video içeriği yüklenmektedir (2020).

Youtube’dan sonra dünyada en popüler ve tanınmış ikinci platform ise Dailymotion’dur. Dailymotion, 2005 yılında Fransa’da kurulmuş bir video paylaşım platformudur. Dailymotion’un kendi verdiği bilgilere göre, Dailymotion üzerinden her ay ortalama 3.5 milyar video görüntülenmesi ve toplam 300 milyon ziyaretçisi bulunmaktadır (Dailymotion, 2020). Dailymotion hakkında yayınlanan bazı istatistikler aşağıda verilmiştir (Smith, 2020a);

- Masaüstü platformlarından aylık ortalama ziyaretçi sayısı 137 milyondur (2017).
- Mobil tarayıcılardan Aylık Ortalama ziyaretçi sayısı 54 milyondur (2016).
- Dailymotion 18 farklı dili desteklemektedir (2017).

Popüler ve çok kullanılan diğer bir video paylaşım platformu ise Vimeo'dur. Vimeo 2004 yılında New York'ta kurulmuştur. Vimeo, dünyanın en büyük reklamsız açık video platformu olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca videoları barındırmak, paylaşmak ve satmak için güçlü araçlar sağladığı bilinmektedir. Vimeo hakkında yayınlanan bazı istatistikler aşağıda verilmiştir (Smith, 2020c);

- Aylık izleyici sayısı toplam 170 milyondur (2018).
- Toplam kayıtlı üye sayısı toplam 90 milyondur (2019).
- aylık video görüntülenme sayısı toplam 715 milyondur (2018).
- ücretli kullanıcı sayısı 710 bindir (2016).
- Orta Doğu ve Afrikadaki toplam Vimeo kullanıcı sayısı 30 milyondur(2014).
- Vimeo'nun 150 farklı ülkede kullanıcıları bulunmaktadır (2019).

Youtube ve Dailymotion platformlarından farklı olarak video içerik üreticiler genelde ticari kuruluşlardır. Çünkü yıllık ve haftalık video boyutu sınırlamaları bulunmaktadır. Bu sınırlamaları aşmak için farklı ücretli abonelik seçenekleri vardır. Bu nedenle Vimeo'nun, son kullanıcının Youtube gibi ücretsiz olarak sürekli içerik üretebileceği ve yayımlayabileceği bir platform olmadığı söylenebilir (Vimeo, 2020).

2.1.13 Çevrimiçi ve Uzaktan Eğitimde Kullanılan Platformlar

Günlük hayatta aktif olarak birçok insanın kullandığı sosyal medya platformları, insanların birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlamak ve eğlence içerikleri haricinde birçok alanda da kullanılmaktadır. Öğrenmenin hayat boyu sürdüğü kabul edildiğinde, sosyal medya platformları üzerinde eğitim uygulamalarının yapılması ve yapılmakta olması beklenen bir sonuçtur. Sosyal medya platformlarının topluma, sosyal hayata ve toplumsal alışkanlıklara etkisi her geçen gün daha güçlü hissedilmektedir. Türkiye genel olarak sosyal medyanın aktif kullanımının yüksek olduğu bir ülkedir (Durak & Seferoğlu, 2016). Bu bağlamda sosyal medya platformlarının eğitim için oluşturacağı potansiyel öngörülebilmektedir. Eğitimi destekleyici veya öğrenenlere eğitim içeriklerine ulaştırma aracı olarak kullanılmakta olan popüler platformlar; Facebook, Twitter, Wikiler,

Bloglar, Youtube vb. olarak ortaya çıkmıştır (Gülbahar vd., 2010; Odabaşı vd., 2012; Snickars & Vonderau, 2009).

Facebook

Facebook, sosyalleşme ve eğlence amaçlı kullanılan popüler ve yaygın bir platform olması nedeniyle yükseköğretim kurumlarında öğretmen-öğrenci ilişkisi ile eğitsel kaynak paylaşımı için kullanımının öğrenme performansını arttıracığı belirlenmiştir (Sharma vd., 2016). Bireylerin Facebook üzerinden İngilizce öğrenmeye yönelik oluşturulmuş arkadaş ve tartışma grupları üzerinden iletişim kurmaları ile birlikte motivasyon, özgüven ve İngilizce öğrenmeye karşı olumlu tutum geliştirmeleri sağlanmaktadır. Bu nedenle Facebook dil öğrenimini kolaylaştıran bir araç olarak görülmüştür (Kabilan vd., 2010). Facebook platformunun çok popüler olması ve sosyalleşme aracı olarak kullanılmasından dolayı eğitim kurumları ile öğrenen arasındaki resmi ve gayri resmi iletişimlerin birbirlerinden ayırıştırma zorluklarının oluşabileceği de ortaya çıkmıştır (Reid, 2015). Facebook grup özelliği üzerinden ders içeriklerinin paylaşıldığı ve öğrenci sorularının cevaplandığı bir çalışmada benzer çalışmalarda olduğu gibi; Facebook grup özelliğinin ders için kullanımının iletişim süreçlerini kolaylaştırdığı ve öğrenciler tarafından kullanışlı bulunduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin sınıf içi iletişimlerinin arttığı görülmüştür. Ayrıca yüz yüze iletişimde kaygıları olan öğrencilere bu yöntem ile bir iletişim yolu açıldığı düşünülmektedir (İşman & Albayrak, 2014).

Twitter

Twitter; mikro blog olarak tanımlanan, kullanıcıların anlık olarak düşünce veya bilgileri ağırlıklı olarak metin biçiminde paylaşabildiği popüler bir sosyal medya platformudur. Ayrıca Twitter; dünyada ve Türkiye’de kullanımı her geçen gün artan, her kesim ve çalışma alanında büyük kitlelere bilgi ve haber paylaşımı için kullanılan büyük bir sosyal medya platformudur (Menteşe, 2013). Twitter üzerinden, kullanıcılar takip ettikleri diğer kullanıcıların paylaştıkları bilgi, haber ve blog içeriklerine erişebilmektedir. Eğitim açısından Twitter üzerinden kullanıcılar takip ettikleri kurum ve kişi hesaplarını organize ederek kişisel öğrenme ortamlarını oluşturabilmektedirler. Teknoloji ile doğan ve büyüyen dijital yerli nesil, teknoloji kullanarak eğitim gördüğü ortamlarda daha çok tatmin olduğu bilinmektedir. Twitter bu noktada öğretmenin öğrencilerine, ders öncesi dikkat çekme ve ön hazırlık oluşturması bakımından,

paylaşımlar yapabileceği bir ortam oluşturmaktadır. Twitter vb. ortamlar öğrencilerin teknolojiye olan ilgilerini eğitim durumlarına olumlu bir etken olarak kullanılabilmesini sağlamaktadır. Başka bir açıdan ise Twitter ve diğer eğitim ortamı olarak kullanılan platformlarda uygunsuz, bireylere hakaret içeren mesajların paylaşılması gibi durumlar oluşabilmektedir. Bu olumsuz durumun çözümünün yine eğitimcilerin toplumu bilinçlendirmesi ile çözülebileceği düşünülmektedir (Odabaşı vd., 2012).

Wikiler

Web 2.0 araçları ile birlikte internet üzerinden iletişim, etkileşim ve bilgi edinme olanakları sağlayan uygulamalardan biride Wiki'lerdir. Wiki, İngilizce'de "What I Know Is" kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Wiki'ler, verilerin tek bir yönetici kullanıcı veya kullanıcılar tarafından oluşturulan web platformlarının tersine tüm internet kullanıcılarının katkıda bulunmasına olanak sağlayan açık içerik platformlarıdır. Wiki'lerin her internet kullanıcısının içeriğe katkı sağlamasına açık olması, çok zengin bir içerik oluşmasını sağlamaktadır. Kısaca Wikiler'deki bir içeriğe erişebilen her ziyaretçi aynı zamanda o içerik için olası bir yazardır. Wiki ziyaretçileri eriştikleri içeriklere düzenlemeler, düzeltmeler ve eklemeler yapabilmektedirler. Ziyaretçiler tarafından yapılan bu düzenlemeler, Wiki yapısına göre doğrudan veya yetkililer tarafından onaylanarak yayına alınmaktadır. Wikiler, içerik olarak ağırlıklı tanımlamalar bulunmasının yanında; kitaplar, makaleler, haber kaynakları, fotoğraf-ses-video gibi işitsel-görsel içeriklerin de bulunduğu ortamlardır. İlk Wiki olarak bilinen WikiWikiWeb platformu, 1995 yılında kurulmuştur. Günümüzde güncel ve aktif Wiki'lerden bazıları; Wikipedia (Vikipedi), Wikimedia Commons (Wikimedia Ortak), Wiktionary (Vikisözlük), Wikibooks (Vikikitap), Wikisource (Vikikaynak), Wikiquote (Vikisöz) vb. platformlardır (Aytekin, 2011). Wikiler üzerinden her ne kadar çok fazla konu hakkında bilgi içeriğine ulaşılabilsede her kullanıcının içerikleri güncelleyebilmesi sebebi ile bilgilerin doğruluğu ve manipülasyona maruz kalması bakımından Wikilerin doğruluk ve güvenilirlik problemleri olduğu bilinmektedir. Ayrıca Wiki platformlarının yoğun olarak vandalizme maruz kaldığı da bilinen bir durumdur. Bu olumsuz durumlardan dolayı Wiki platformları üzerinden erişilen bilgi ve belgelerin doğruluğu üzerinde tartışmalar sürmektedir (Menteşe, 2013).

Bloglar

Ağ günlükleri olarak da isimlendirilen bloglar, insanların temel seviye bilgisayar bilgileri ile ağırlıklı metin biçiminde içeriklerden oluşan web platformlarıdır. Bloglar, metin içeriklerinin yanı sıra görsel, video ve ses içerikleri ile desteklenebilmektedirler. Bloglar üzerinde yapılan paylaşımlar genelde kronolojik olarak arşivlenmektedir. Kişisel bloglar oluşturmaya olanak sağlayan, ücretli-ücretsiz birçok platform bulunmaktadır. Blogger, Tumblr, SquareSpace vb., blog oluşturmak için kullanılan popüler platformlardan bazılarıdır. E-Öğrenme ortamlarında bloglar kullanımı incelendiğinde; blogların tamamlayıcı bir öğrenme ortamı olabileceği ve informal katkıları görülmüştür. Ayrıca blogların; öğrencilerin sosyalleşmesine, işbirlikli öğrenmelerinde iyileşmelere ve teknoloji farkındalıklarına olumlu etkisi olduğu görülmüştür. Blogların öğrenme ortamı olarak kullanılması hakkında yapılan çalışmaların çoğunluğunda, blogların olumlu öğrenme çıktılarına sahip olduğu görülmüştür. Diğer bir açıdan blogların öğrenmede kullanımın, eğitimcilere ilave yük oluşturabileceği de bilinmektedir. Genel olarak bakıldığında; blogların öğrenme-öğretme süreçlerinde etkili bir biçimde kullanıldığında önemli bir etkisi olduğu söylenebilmektedir (Arık & Seferoğlu, 2015; Öztürk, 2016).

Youtube

Youtube; eğitsel amaçlı video içerik paylaşılabilen, en çok kullanılan ve hızla kullanımı artmakta olan video paylaşım platformlarından biridir. Youtube; başlangıçta sadece bir video barındırma servisi iken günümüzde sosyal medya platformuna dönüştüğü düşünülmektedir. 2016 yılı itibari ile Youtube'a her dakika 300 saat uzunluğunda video yüklenmektedir. Ayrıca yine aynı yıl itibari ile her ay ortalama 900 milyon saat video izlenmektedir. Bu değerlerin günümüzde, Youtube'un popülerliğinin ve kullanımının ne kadar arttığı göz önünde bulundurulduğunda, ne kadar yüksek bir seviyeye çıkabileceği tahmin edilebilmektedir. Youtube platformu, birçok üniversite tarafından video paylaşım ve eğitim platformu olarak da kullanılmaktadır. Türkiye özelinde, yükseköğretim kurumları arasında Açık Öğretim Fakültesi (AÖF)'ne sahip olan ve en fazla aktif öğrenci bulunduran üniversitelerden biri de Anadolu Üniversitesi'dir. Anadolu Üniversitesi televizyon üzerinden uzaktan eğitim yayınları yapmakta iken, eğitsel video ve ders içeriklerini Youtube üzerinden yayınlamaya başlamıştır. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, resmi Youtube kanalı üzerinden ders içeriklerinin bir kısmını herkese açık olarak paylaşmaktadır. Bu sayede

Anadolu Üniversitesi öğrencisi olmayan birçok birey bu ders içeriklerinden fayda görebilmektedir (Terlemez, 2016). Bu durumlar, Youtube vb. ücretsiz olarak içerik paylaşılabilen ve içerik üreticilerin büyük kitlelere ulaşılabilirdiği platformların önemini ortaya koymaktadır. Bütün bunlardan dolayı; eğitsel içeriklerin paylaşılabilirdiği, çevrimiçi eğitim ortamı olan veya olma potansiyeli taşıyan platformların eğitsel içeriklerinin kalitesi büyük bir tartışma konusudur.

Youtube video izlenme istatistikleri ve birçok araştırma göz önünde bulundurulduğunda, katlanarak büyüyen bir video paylaşım platformu olduğu görülmektedir. Ayrıca Youtube izleyicilerin video paylaşım platformları arasında en fazla tercih ettiği platform olarak öne çıkmaktadır (Dereli, 2013; Smith, 2020b; Youtube, 2020).

2.1.14 Kullanıcıların Youtube Kullanım Amaçları

Kullanıcıların Youtube platformunu kullanım amaçlarını ve platformu sürekli olarak kullanımını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Youtube vb. video paylaşım platformlarının günümüze kadar; gelişmiş, gelişmekte olan ve kullanıcıların alışkanlıklarının oluştuğu standart özellikleri bulunmaktadır. Video platformlarının bulundurulması gereken;

- Zengin içerik barındırmaları,
- Arama motoru yapıları,
- Sık kullanılan tüm cihaz ve platformlardan erişilebilir olmaları,
- Kişiselleştirilebilen bir kullanıcı ara yüzü sağlayabilmeleri,
- Güncel ve süreklilik sağlamaları,
- İzleyiciler ile etkileşim imkânı sağlamaları,
- Kullanıcı verilerinin gizliliği

gibi teknik özellikler, video platformu seçimi için önemli teknik özellikleridir. Bu özelliklerin platform üzerindeki etkin ve kullanıcı dostu yapılarla oluşturulması da önemli bir konudur. Çevrimiçi video paylaşım platformlarındaki izleyicilerin, video içeriğindeki ses ve görüntü kalitesini büyük oranda önemli olarak gördüğü bilinmektedir. İzleyiciler bir video platformunu seçerken sırasıyla (önemliden önemsiz doğru sıralı);

- Az reklam ya da reklamsız yayın,
- Güncelliği,
- Görüntü kalitesi,
- Dublaj ve altyazı seçeneği,
- Yeni eklenen video bildirimi,
- Farklı cihazlarla izleyebilme

özelliklere sahip olmasına dikkat etmektedir (Arklan & Kartal, 2018).

Kullanıcıların, Youtube'u ve Youtube üzerindeki video içeriklerini seçme amaçları, Y ve Z kuşağı kullanıcı gruplarına göre bazı farklılık gösterdiği görülmüştür. Y kuşağı video içeriklerini izlemek için Youtube'u tercih etmelerinde; içerik yapısı olarak farklı deneyimler sunan, popüler, bilgilendirici ve eğlence türü videoları tercih etmektedir. Y kuşağının izlemek için tercih ettiği bu türler arasında en fazla ilgi duyulan tür, müzik videolarıdır. Genelde Youtube'un tercih edilme sebepleri olarak; her türlü video içeriğın bulunabilmesi, kolay erişilmesi, izlenen videoya benzer içeriklerin öneri olarak sunulması ve kullanımının kolay olması gösterilmektedir. Youtube platformuna erişim için en fazla cep telefonu cihazları kullanılmaktadır. Ayrıca yine genel anlamda erkeklerin, kadınlara nazaran daha fazla Youtube kullandığı bilinmektedir (Arklan & Kartal, 2018). Youtube kullanıcılarının kullanım düzeylerinin, kuşak farklılıklarından etkilendiği bir başka çalışmada da görülmüştür. Bu çalışmada da; Youtube'da Y kuşağı kullanıcılar ağırlıklı olarak dizi, film ve program kanalları tercih ederken, teknoloji ile doğmuş ve yetişmiş Z kuşağı kullanıcıları ise ağırlıklı olarak Influencer(Fenomen) kanallarını tercih etmektedir. Kullanıcıların bu tip demografik dağılımlarına göre ilgi duydukları video türlerinin tespit edilmesi, içerik üreticiler ve firmalar için çok değerli bir bilgi olarak ortaya çıkmaktadır (Gök vd., 2019).

Çalışmanın konusu üzerine yapılan literatür taramasında bulunan araştırmalarda genel olarak, çevrimiçi eğitim ortamı olarak kullanılan farklı platformlar olduğu ve bu platformların sürekli değişim ve gelişim içinde olduğu görülmüştür. Ayrıca bu platformların yapılarına göre, farklı kullanım alışkanlıklarına ve farklı kullanıcı kitlelerine hitap ettiği görülmektedir. Eğitsel video içerik platformu olarak da kullanılan Youtube, benzer platformlar arasından en fazla tercih edilen platform olduğu görülmektedir. Youtube üzerinde sayısı her gün artan eğitsel içerikli videoların nitelikleri ve etkileri hakkında tartışmalar söz konusudur.

2.2 İlgili Araştırmalar

Bu bölümde; Youtube'un eğitsel amaçlı kullanımına yönelik yapılan bazı araştırmalar hakkında, kronolojik olarak eskiden-yeniye bir literatür taraması yapılmıştır.

Burke ve Snyder (2008)'in sağlık üzerine eğitim veren kurslar üzerinde yaptığı bu araştırmada; Youtube'un yenilikçi bir eğitim teknolojisi olarak kullanımı ve bu kullanım ile yükseköğretim kurumlarında ders içeriklerinin zenginleştirebilecek bir teknoloji olduğundan bahsedilmektedir. Özelde, araştırmayla birlikte kolej sağlık eğitimi kurslarında Youtube platformunun bir araç olarak kullanılması ile ortaya çıkan olumlu durumları, ayrıca oluşan sınırlamaları ve zorlukları ortaya konulmaktadır. Araştırma sonucunda, Youtube kullanımının eğitim üzerinde gerçekten etkili ve gerçek potansiyelinin tam olarak kullanılabilmesi için; yetenekli ve deneyimli eğitmenler tarafından etkileşimli bir Youtube kullanımı gerekmektedir.

Clifton ve Mann (2011) yaptıkları araştırma; hemşire eğitiminde Youtube'un öğrenme ve öğretme ortamı olarak kullanılması ve öğrenme durumları üzerindeki etkililiği üzerinde durmaktadırlar. Bu araştırma ile hemşirelik öğrencilerinin öğrenmelerine yönelik Youtube'un sağladığı tespit edilen bazı faydalar; öğrenci katılımını artırması, öğrencilerin derin öğrenmelerini kolaylaştırdığı, öğrencilerin eleştirel farkındalığını artırması, öğrencilerin zaman ve mekândan bağımsız olarak video içeriklere ulaşabilme imkânı olarak belirtilmektedir. Bunlarla birlikte çalışmada Youtube platformu üzerinde yanlış, yalan ve manipüle edilmiş içeriklerin bulunduğu da görülmektedir. Bu olumsuz yanlarına rağmen dijital dünyanın yerlisi olan öğrencilerin uyum sağlayabileceği ve etkili olarak öğrenme ve öğretme süreçlerinin gerçekleştirebileceği bir ortam olarak Youtube'un kullanılması tavsiye edilmektedir.

Youtube vb. platformlar üzerinde öğrenme ve öğretme aracı olarak kullanılan bir yöntem de hikâye anlatıcılığıdır. İlginç ve bilgilendirici videoların insanlar tarafından yoğun rağbet gördüğü üzerine birçok örnek bulunmaktadır. Youtube vb. platformlar üzerinde kullanılan bu öğrenme yönteminin, öğretmenler tarafından öğrencilerine yönelik ilgi çekici bir materyal olarak kullanımı üzerinde duran Dreon vd. (2011), araştırmaları ile bu kullanımın eğitsel ve kültürel önemini vurgulamaktadırlar. Bu araştırma sonucunda; öğretmenlerin öğrencilerine ne anlattıkları kadar nasıl anlattıklarının da önemli olduğuna vurgu yapılarak; günümüzdeki birçok uyaran ve bilgi

gürültüsü arasında dijital hikâye anlatıcılığının, öğrencilerin öğrenmelerinde ilgilerini çekebilecek, günümüzün en güçlü eğitsel materyallerden biri olarak görülmektedir.

Tan ve Pearce (2011) açık eğitim kaynaklarının sınıf içi öğretimde yaygın olarak kullanımını büyük bir eğilim olduğunu görmüşler ve kolay erişilebilirliği olan materyallerin sınıf içi eğitimde kullanımının, öğrencilerin algılarındaki etkisini araştırmışlardır. Sınıf içi öğrenme ortamıyla sanal öğrenme ortamının bir araya gelmesi üzerine ortaya çıkan teknik ve pedagojik konular üzerinde duran bu çalışmada, katılımcıların öğrenmelerini desteklemek ve dikkatlerini çekmek için sınıf eğitimi ile videoların kullanımı etkili bir yol olarak görülmektedir. Öğrencilere göre Youtube üzerinden açık eğitim kaynaklarının derslere düzgün şekilde entegre edildiği sürece ve etkileşim ve iletişim ile öğrenmelerine olumlu potansiyel etkileri olmaktadır.

EFL sınıflarında Youtube'un öğrenme ve öğretme aracı olarak kullanımı konusu üzerine Watkins ve Wilkins'in (2011) bir araştırması bulunmaktadır. Bu çalışmada İngilizce eğitimi verilen EFL sınıfları üzerinde Youtube'un bir araç olarak kullanımının bazı faydalar oluşturabileceği görülmektedir. Youtube'un sınıf içi ve sınıf dışı kullanımının; İngilizce öğrenme süreçlerinde konuşma, dinleme ve telaffuz becerilerini geliştirebilmektedir. Youtube, öğrencilerin farklı doğal İngilizce lehçelerini görmesine ve maruz kalmasına da olanak tanımaktadır. Diğer bir açıdan Youtube üzerinden çoğu kaynağa erişilebilse de, bazı video içeriklerinin telif haklarından dolayı Youtube platformundan erişiminin mümkün olmaması da bir sınırlama olarak görülmektedir. Ayrıca Youtube platformu üzerinde çok fazla içerik, içerik türü ve hedef konu dışında içerikler bulunması öğrencilerin verimsiz saatler geçirmelerine sebep olabilmektedir. Bu olumsuz durumu engellemek için öğretmenler tarafından rehberlik ve yönlendirme gerektiği de vurgulanmaktadır.

Logan (2012), hemşirelerin perioperatif (ameliyat veya operasyon esnasında) eğitimleri için araç olarak, dünyanın en büyük video paylaşım platformu Youtube'un kullanılması ve olası sonuçları üzerine bir çalışma oluşturmuştur. Bu çalışmada; Youtube'un pedagojik bir araç olarak kullanılması ile öğrenci katılımını artırabilmekte, öğrencilerin teorik ve pratik arasında kavramsal bağ oluşturmaya yarar sağlayabileceği görülmüştür. Youtube, bu çalışmada hemşirelerin perioperatif eğitimlerine katılımlarının artmasına, aktif öğrenme süreçlerinin oluşmasına ve hemşirelerin eğitim materyallerini daha derinlemesine anlamasına olanak tanıyabilmektedir. Ayrıca

Youtube'un öğrenmede kullanımının etkililiği için eğitimcilerin tartışma ve takip süreçlerinde; öğrencilerin etkileşimini ve aktif öğrenme sürecine katılımlarını sağlaması gerektiği de görülmektedir. Sonuç olarak Youtube'un, öğrencilerin beceri öğrenme ve tartışma ortamı olarak kullanabilecekleri, kendi eğitsel video içeriklerini de üretebilecekleri bir ortam olduğu görülmektedir.

Youtube'daki toplam video görüntülenmeleri ile aynı oranda eğitsel videolarında arttığına dikkat çekmektedir. Bu bağlamda Duncan vd. (2013) Youtube video platformu üzerindeki klinik beceri videolarının kalitesini değerlendirmek üzere bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada, 10 yaygın klinik becerileri konusu üzerine toplamda 25 saat uzunluğunda 100 video incelenmiştir. Çalışma sonucunda, hemşirelik alanında uzmanlık seviyesinde bilgiler veren videoların daha az görüntülenme sürelerinin olduğu görülmektedir. Youtube'daki eğitsel videoların kalitelerinin değerlendirmesi gerektiği açıktır. Bunun içinde öğretim görevlilerinin eğitsel videoları özenli bir kalite kontrolüne tabi tutup onaylamaları sonrasında, eğitim materyali olarak önerilebileceği sonucu çıkmaktadır.

Lee ve Lehto (2013), Youtube kullanıcılarının videolar üzerindeki davranışsal niyetlerini etkileyen faktörleri belirlemek için Teknoloji Kabul Model(TKM) kullanarak bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışmada, genel anlamda bazı durumlar için dikkate değer Youtube kullanımı nedenleri ortaya konulmaktadır. Araştırmanın başlangıcında, TKM'nin iki öncülü olan algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı üzerinden kavramsal çerçeve oluşmaktadır. Çalışmanın ileri aşamalarında kavramsal çerçeveye kullanıcı memnuniyeti, içeriklerin zenginliği yapıları da eklenmiştir. Çalışmada örneklem olarak 432 katılımcıdan veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda davranışsal niyetin; hem kullanıcı memnuniyetinden, hem de algılanan faydadan önemli ölçüde etkilendiği görülmüştür. Ayrıca Youtube'un prosedürel öğrenmenin işlevini arttırabileceği görülmüştür. Bunlara nazaran, algılanan kullanım kolaylığının algılanan fayda ve davranışsal niyete herhangi bir etkisi olduğuna dair bir kanıt bulunamamıştır. Youtube'un ağırlıklı eğlence aracı olarak algılanması sebebiyle, bireylerde eğitsel faydası hakkında bir motivasyon oluşmayabilir.

Duisembekova (2014)'da yaptığı tez çalışmasında; ilköğretim dördüncü sınıf öğrencilerine İngilizce kelime öğrenimi için Youtube üzerindeki şarkıları bir eğitsel materyal olarak kullanmış ve sonuçlarını incelemiştir. Araştırma deney ve kontrol

olmak üzere iki grup üzerinde yapılmış; deney grubunda materyal olarak Youtube, kontrol grubunda ise materyal olarak ders kitabı kullanılarak kelime öğretimi yapılmıştır. Deney grubu 36 öğrenciden ve kontrol grubu 37 öğrenciden oluşmaktadır. Sonuç olarak, Youtube'un materyal olarak kullanıldığı deney grubundaki öğrencilerin daha tatmin edici ve daha başarılı olduğu görülmüştür. Ayrıca Youtube platformu ile öğrencilerin ilgisini çekmek ve öğrenme sürecini kolaylaştırmanın mümkün olabileceği görülmektedir. Bu araştırmada katılımcıların yaşına uygun olarak çocuk şarkıları üzerine yapılmasına nazaran yetişkin dil öğrenenler içinde Youtube üzerinden milyonlarca kelime öğretim şarkılarına erişilebileceği de belirtilmiştir.

Ata ve Atik (2016), video paylaşım platformlarının eğitim-öğretim ortamı olarak kullanımının üniversitelerdeki kullanımlarına yönelik yaptıkları araştırmada, dünyanın en iyi 500 üniversitesi arasından ilk beşte yer alan üniversitelerin resmi video paylaşım platformlarındaki video ders içeriklerini incelemiş ve analiz edilmişlerdir. Bu üniversitelerin hepsinde dijital platformlarında görsel ve işitsel içerikleri kullanması ile birlikte video üretimi ve paylaşımı özel içerik merkezleri kurdukları görülmektedir. İncelenen üniversitelerden MIT ve Standford'da işi sadece video üretmek, paylaşmak ve geliştirmek olan birimleri olduğu görülmektedir. İncelenen beş üniversitenin beşinde de video ders paylaşımı için Youtube platformunu kullanması dikkat çeken bir noktadır. Araştırmada incelenen üniversiteler arasında, klasik materyalleri dijital platformlara taşımayı en fazla amaçlayan MIT üniversitesidir. Klasik materyallerin dijital olarak dönüşümü veya yeni dijital materyallerin oluşturulması, klasik yöntemlerdeki ekonomik problemlerine büyük ölçüde çözüm ve alternatif oluşturabilmektedir.

Barry vd. (2016) Youtube'un anatomi eğitimi için sunduğu yeni olanakları kullanan kuşaktaki tıp ve radyasyon terapisi öğrencilerine yönelik bir araştırmaları bulunmaktadır. Bu araştırmada, katılımcı öğrencilerin %78'inin Youtube'u, anatomi konusu üzerine bilgi edinme çabaları için birincil kaynak olarak kullanmakta oldukları ortaya çıkmıştır. Bu sonuç çevrimiçi sosyal medya ortamlarının öğrenme yaklaşımlarına entegre edilebileceğini göstermektedir. Bununla birlikte kaynağı bilinmeyen çevrimiçi videolarının eğitsel kullanımı için etik ve akademik denetim durumu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca çalışma ile ortaya çıkan diğer bir bulgu ise öğrencilerin önemli bir çoğunluğunun eğitimci yerine Youtube ve Facebook gibi çevrimiçi kaynaklara

başvurması nedeniyle eğitimcilerin sosyal medya kullanımına yönelik algılarının güncellenmesi gerektiği önerilmektedir.

Küçükyılmaz (2016) tez çalışması ile Youtube'un askeri personellere askeri İngilizce terminoloji eğitimi için kullanılmasını deneysel bir yöntemle incelemiştir. Klasik yöntemlerle, arasında oluşan fark ve farkındalığı araştırmıştır. Araştırmada kontrol ve deney gruplarında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. İngilizce askeri terminoloji eğitimi için klasik yöntem kullanılan kontrol grubunda eğitim çalışma kâğıdı ve okuma ile yapılırken deney grubunda eğitim teknoloji ve multimedya araçları kullanılarak askeri terminoloji içerikli videolar seyrettirilmiştir. Deneysel çalışmanın son test uygulamasında, deneysel çalışma yapan grubun daha başarılı olduğu görülmüştür. Kontrol grubunun derse ilgi seviyesinin deney grubundan daha düşük olduğu gözlenmiştir. Ayrıca deney grubunun, multimedya ve teknolojileri kullanarak dil eğitimi yapılmasına karşı tutumları için görüşme uygulaması yapılmıştır. Deney grubu katılımcıları bu görüşmelerde teknoloji kullanımının klasik yöntemden daha etkili öğrenme sağladığını ve motivasyon oluşturduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca deney grubu katılımcıları ders dışı ve mezuniyet sonrası dil gelişimleri için Youtube gibi platformları kullanmaya devam edeceklerini görüşmelerde belirtmişlerdir. Çalışmanın vurgulanan en önemli sonucu ise sanal ortamda bulunan çeşitli, zengin ve ulaşılabilir içeriklerin dil eğitiminde kaynak olarak kullanılabilmesi bulgusudur.

Orús vd. (2016), Youtube üzerinden pazarlama konusu üzerine öğrencilerin içerik ürettiği ve öğrencilerin içerikleri oluştururken oluşan kendi öğrenme çıktıları ve kendi memnuniyetleri üzerine bir araştırma yapmışlardır. Youtube'un eğitimde etkili bir öğrenme aracı olarak kullanabilme potansiyelinin olması ile birlikte, öğrenenlerin içerik oluşturup, oluştururken oluşan öğrenmeler üzerine nadir kullanımlar olduğu bilinmektedir. Araştırma sonucunda, araştırmaya aktif katılım sağlayan öğrencilerin müfredatlar arası kazandıkları yeterliliklere ve akademik performansları üzerinde doğrudan bir etki gözlemlenmiştir. Fakat öğrencilerin dersle ilgili memnuniyetlerine doğrudan bir etkisi oluşmadığı görülmüştür. Sonuçta araştırma ile Youtube'un öğrencilerin kendi oluşturdukları içerikler için etkili bir araç olarak görülmekte ve öğrencilerin etkin katılım sağlaması ile birlikte tatmin düzeylerinde olumlu etkili olduğu görülmektedir.

Bae ve Baxter (2017), katarak cerrahisi hastalarının eğitimi için Youtube'da bulunan videoların içerik kalitesini değerlendirmek için bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışmada amaca yönelik belirli anahtar kelimeler ile yapılan Youtube aramasında çıkan ilk iki sayfadaki 72 video içeriği incelenmiştir. Konusunda uzman iki cerrah tarafından bu hasta eğitimi için gerekli 14 önemli kıstas belirlenmiş ve bu kıstaslara göre videolar değerlendirilmiştir. İncelenen videoların %20'si birincil ticari amacı ürün tanıtımı, %71'i tıp uzmanları tarafından hazırlanmış içeriklerden oluşmaktadır. Araştırma konusu üzerine belirlenen en yararlı videoların, diğer videolardan izlenme sayısı anlamında anlamlı bir fark görülmemektedir. Ayrıca tıp kuruluşlarının oluşturduğu videoların daha yararlı olduğu görülmüştür. Sonuçta araştırma konusu üzerine Youtube'da incelenen videoların çoğunun yeteri kadar eğitici olmadığı ve bazı videoların ticari amaç gütmemesinden kaynaklı içeriklerinden önyargılı anlamlar çıkarma ihtimali vardır.

Chintalapati ve Daruri (2017)'deki bu çalışmada, Teknoloji Kabul Modeli(TAM) ile izleyicilerin Youtube'u kullanım nedenleri ve niyetlerini belirlemek için 432 katılımcıdan örnek veriler toplanmıştır. Araştırma ile Youtube'un bir öğrenme ortamı olarak kullanımının değerlendirilmesine yönelik parametreleri belirlemek için geliştirilen bir ölçek çalışmasıdır. TAM modelindeki öncüllerden algılanan kullanışlılığa ve algılanan kullanım kolaylığına göre bir kavramsal çerçeve oluşmuş, farklı alt parametrelere göre analizler yapılmıştır. Araştırmada genel olarak izleyicilerin Youtube'u kullanma nedenleri vurgulanmış ve 4 faktörlü 22 maddelik güvenilir ve geçerli bir ölçek geliştirilmiştir. TAM modelinin Youtube'un eğitsel amaçlı kullanımına yönelik araştırma senaryosuna uygun olduğu doğrulanmıştır.

Alp ve Kaleci (2018), Web Editör aracı olarak kullanılan bir programın eğitimi için materyal olarak Youtube videolarının kullanıldığı ve bu materyal kullanımı sonrası katılımcı öğrencilerin görüşleri ulaştıkları bir çalışma yapmışlardır. Araştırma, çalışma grubu Siirt Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Bilgisayar Programcılığı bölümünde çalışmaya katılan 26 öğrenciden oluşan bir betimsel tarama araştırmasıdır. Öğrenci görüşlerinden elde edilen verilerin analizleri sonucunda; öğrencilerin bireysel çalışmalarında video derslerin süreci eğlenceli hale getirdiği, öğrenme ve başarı düzeyini artırdığı yönünde görüşler ortaya çıkmıştır. Ayrıca öğrenme ortamlarında görsel ve işitsel materyal kullanımının, daha çok duyuya hitap etmesinden dolayı,

metinsel öğrenme ortamlarına göre daha verimli öğrenme oluşturabilmektedir. Yaşam boyu öğrenme ve hizmet içi öğrenme durumlarının gereksinimlerinin artması ile Youtube vb. platformların kullanımının ve değerinin artması beklenmektedir.

Çiçek (2018), sosyal medyada pazarlama konusu temelinde en etkili platformlardan biri olan Youtube'u kullanıcıların kullanım alışkanlıklarına yönelik bir araştırma yapmıştır. Araştırmada genel olarak Youtube videoları izlenmeleri hakkında; kim, nerede, ne zaman, nasıl, neden sorularını sormaktadır. Araştırmada yöntem olarak üçgenleme kullanılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların %96'lık bir çoğunluğunun Youtube videoları izlediği, kullanıcıların hafta sonu günlerinde daha fazla video izledikleri görülmüştür. Pazarlama temelli bu araştırmada; videoların etkileşimlerinin ve izlenmelerinin artması için özellikle Cuma, Cumartesi, Pazar günlerinde video yayınlanmasının daha uygun olacağı önerilmiştir. Youtube kanallarının izlenme sayıları üzerinde takipçi sayılarının ve içerik üreticinin cinsiyetinin önemli bir etken olduğu görülmektedir. Bu araştırmada ortaya konulan diğer bazı bulgular;

- Katılımcıların %83.7'si Youtube videolarını genelde evde izlediklerini belirtmişler,
- Cinsiyete göre incelendiğinde erkeklerin kadınlardan daha fazla Youtube'da zaman geçirdikleri ortaya çıkmış,
- Araştırma katılımcılarının büyük çoğunluğunun günde 2-3 saat aralığında Youtube videosu izlediği ortaya çıkmış,
- Katılımcıların cinsiyetlerine göre izledikleri videoların türleri incelendiğinde; erkekler oyun, eğlence ve teknoloji türünde videoları izlerken, kadınlar makyaj ve moda türünde videolar izlemekte,
- Katılımcılardan elde edilen verilerin analizin sonucunda, videoları izlemeleri için genel motivasyon kaynakları; eğlence ve bilgi edinme olduğu görülmekte

şeklinde verilmiştir.

Moghavvemi vd. (2018), sosyal medya araçlarının öğretim ve öğrenme için tamamlayıcı bir araç olarak kullanımı üzerine yaptıkları araştırmada özel olarak Youtube'a odaklanmışlardır. Çalışmada öğrencilerin Youtube'un öğrenme için bir araç

olarak kullanımına yönelik görüşleri, bakış açıları ve kullanımlarına sebep olan faktörler araştırılmaktadır. Araştırmada 30 öğrenci üzerinden Youtube üzerinden akademik öğrenim üzerine bir ölçek geliştirilmiş ve ölçek test edilmiştir. Araştırmada geliştirilen ölçeği test etmek için verilerin toplandığı katılımcılar toplamda 321 üniversite öğrencisidir. Araştırmada toplanan verilerin analizleri sonucunda Youtube’da kullanıcıların bir videoyu izlemelerinin ana motivasyon kaynakları; eğlenme, bilgi bulma ve akademik öğrenme olarak ortaya çıkmıştır. Katılımcılardan birçoğunun akademik soru ve problemlerine çözüm aramak için Youtube’a güvendiği görüşmüştür. Öğrenmede görsel materyal kullanımının daha etkili olacağı belirtilen araştırmada Youtube üzerindeki videoların ilgili eğitim konusu ile gerçekten ilgili olması halinde öğrenmede etkili bir araç olarak görüldüğü belirtilmiştir.

ReFaey vd. (2018), insanlardaki en yıkıcı ve en az hayatta kalma süreleriyle sonuçlanan Glioblastoma(GBM) tümörlerinin teşhisi için hastaların Youtube üzerinden bilgi edinme çabaları nedeniyle, bu konu ile ilgili Youtube içeriklerinin doğruluğu ve güvenilirliği bu çalışmanın konusu olmuştur. Araştırmada kullanılan yöntem; Youtube üzerinde 2017 yılında 6 anahtar kelime üzerinden arama yapıp, herbir anahtar kelime araması için çıkan 3 sayfa video sonuçları analiz edilmiştir. Videoları değerlendirmek için bağımsız yorumcular DISCERN aracı kullanarak videoları değerlendirmişlerdir. Analize dahil olan 9 videonun baskın çoğunluğu ülke genelinde prestijli üniversitelerin hastaneleri tarafından yüklendiği görülmüştür. GBM tümörlü bazı hastaların ve ailelerinin hastalığın tedavi seçenekleri için Youtube üzerinden bilgiye eriştikleri görülmüştür. Fakat erişilen bu bilgilerin doğruluğu, hakemli resmî bir incelemeden geçmediklerinden dolayı güvenilirlik problemleri oluşabilmektedir. Bu nedenle araştırma ile Youtube vb. platformlarda hakemli daha fazla içerik üretme çalışmasının olması gerektiğine vurgu yapılmaktadır.

Rosenthal (2018), bu araştırmada; genel anlamda kullanıcıların bilim konulu videoları boş zamanlarında izlemek için video paylaşım platformlarını kullanıyorlar mı? Eğer kullanıyorlarsa neden kullanıyorlar sorularına yanıt aramıştır. Özel olarak kullanıcıların çevrimiçi bilim konulu videoları arama motivasyonları ve bu motivasyonları oluşturacak bireysel farklılıklar incelenmiştir. Çevrimiçi anket aracı kullanılarak toplanan internet kullanıcısı 273 katılımcıdan veriler toplanmış ve katılımcılar arasında üç kişiden birinin Youtube’u bilim videolarını izlemek için

kullandığı görülmüştür. Sonuçta katılımcılar üzerinden genel Youtube kullanımına göre bilim videolarının izlenme durumu daha düşük çıkmıştır. Youtube’u eğlence amaçlı değil de doğrudan bilgi edinme motivasyonu ile kullanan kullanıcıların özgür seçimleri ile daha çok bilim videoları aradığı ortaya çıkmıştır.

Akınç (2019), tez çalışmasında üniversite öğrencilerinin en popüler sosyal ağlardan Youtube’daki kanalları izleme motivasyonlarını, kullanım ve doyumlar kuramı açısından incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmada ayrıca izleyicilerin doyumlarını belirleyen kategorilerde belirlenmek istenmiştir. Araştırmada öncelikle katılımcıların geleneksel medya kullanımı bulguları incelenmiş, sonra sosyal medya araçlarını kullanımları ve doyumları incelenmiştir. Sonuçta geleneksel medyanın, sosyal medyaya göre kullanım sürelerinin çok daha düşük olduğu görülmüştür. Genel olarak kitle iletişim araçlarındaki ilgi ve dikkat seviyesi incelendiğinde, dört ayrı faktör içinden katılımcıların cevaplarının çoğunluğu “dikkatli” faktöründe birikmiştir. Sınıflar bazında bu durum %76, üniversiteler bazında %76,5 oranındadır. Ayrıca aynı dikkat seviyesi incelemesinde kadınların %82’lik bir oranla, %70’lik orandaki erkeklere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Youtube özelinde araştırma sonucunda katılımcıların en çok izlediği kanal türleri eğlence olarak görülmekte olup, bunu bilim ve eğitim türleri takip etmektedir. Kadın katılımcıların Youtube videoları izleme oranları, bilim ve eğitim türleri hariç araştırmada tanımlı diğer tüm video türlerinde daha fazladır. Doyum kategorilerinden bilgi edinme üzerine araştırma sonuçları incelendiğinde, katılımcıların %72,4’ü doyum ile ilgili ifadelerle katılmışlardır. Araştırmada genel anlamda Youtube üzerine kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı üzerinden tüm doyum kategorilerinde katılımcıların %80,2’sinin eğlence ihtiyacı öne çıkmıştır. Katılımcıların Youtube’u, bireysel olarak keyifli vakit geçirme ve bilgi edinme ihtiyaçları için kullandıkları görülmüştür. Araştırmada ortaya konulan “Kullanıcılar istedikleri Youtube kanallarına abone olarak kendi çevrimiçi televizyonlarını oluşturabilmektedirler.” cümlesi ile geleneksel medyaya karşı kullanıcıların ilgilerinin düşük olmasına sebep gösterilmiştir.

Loeb vd. (2019), Youtube’daki prostat kanseri üzerine yanlış yönlendirici, yanlış bilgilendirici ve yanlış bilgi yayan video problemi üzerine bir araştırma yapmışlardır. Youtube üzerinde 600.000’den fazla prostat kanseri ile ilgili video olduğu belirtilmiş ve bu videoların kalitesi herhangi bir ölçek çalışması kullanılmadan incelenmiştir. Anahtar kelime ile yapılan aramada çıkan sırasıyla 150 video DISCERN kalite kriterleri ile

incelenmiştir. İncelenen videoların toplam izlenme sayısı 1,3 milyon ve genel bilgi kalitesi orta düzey olarak belirlenmiştir. Videoların sadece %54'ü tıbbi terimleri açıkladığı ve bunlardan çok azının referans gösterdiği görülmüştür. Yönergelerin önerdiği gibi karar almaya kullanıcıları teşvik etmiştir. Araştırmada bilimsel kalite ile izlenme sayısı ve beğenme arasında anlamlı negatif korelasyon çıkmıştır. Toplamda 6 milyon izlenmeye erişmiş konu ile ilgili Youtube videolarında potansiyel olarak yanlış bilgilendirici ve önyargı oluşturacak içerikler bulunduğu görülmüştür. Genel anlamda araştırma konusu üzerine Youtube'da çok fazla yanlış bilgilendirici içerik bulunduğu görülmektedir. Videoların bu niteliğine rağmen görüntülenme ve beğenilme sayıları oldukça yüksektir. Araştırmayla; Youtube üzerinde popüler olmuş, yanlış bilgi içeren videoların, diğer videolara göre daha da geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan olumsuz bir etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Nazlı (2019) tez çalışmasında, televizyonda yayınlanan dini içerikli yüksek reytingli programlar ile Youtube üzerindeki dini içerikli popüler çok aboneye sahip kanallar üzerinde bir içerik incelemesi yapmıştır. Bu incelemeler sonrası görüşme tekniği ile izleyicilerin görüşlerine başvurmuş ve değerlendirme yapmıştır. Araştırma Ramazan ayında yayınlanan içerikler sınırlılığında olduğundan dolayı, televizyon mecrasında, Ramazan ayında popüler olan ibadetler teması en çok konuşulan tema olmuştur. Youtube platformunda ise belirli konular özelinde videolar bulunduğu için televizyondaki kadar farklı ve çeşitli videolara rastlanılmamıştır. Çalışma konusu özelinde, televizyon ve Youtube kanallarındaki sunucuların söylem ve metodları incelenmiştir. Televizyonda yüksek izlenmesi olan kanallarındaki sunucuların; kapsayıcı, kuşatıcı ve siyasi tartışmalara girmediği görülmüştür. Youtube platformunda ise en çok aboneye sahip kanalların sunucuları incelendiğinde; genç erkek, gençlerin konuşma diline hakim ve samimi yaklaşımlarda bulunan kişilerdir. Araştırmada Youtube'un televizyona göre zaman ve mekan bağımsızlığı ile kullanıcılara sunduğu özgürlük sayesinde genç kullanıcıları kendine çektiğine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca Youtube, televizyonun aksine izleyicilerin etkileşimde bulunmalarını ve videolara geri bildirimde bulunmalarını sağlamaktadır. Youtube'daki videolarda bulunan sunucuların konuşmasındaki beklemelerin, duraklamaların montajlanıp çıkarılması ile daha kısa ve hızlı akışı olan bir videonun oluşmasının amacının da genç izleyicilere hitap kaygısından yapıldığı düşünülmektedir.

Türköz (2019) tez çalışmasında; Youtube destekli sınıf içi tartışma yöntemi ile fen bilgisi öğretmen adaylarının Sosyo-Bilimsel Konular(SBK) hakkındaki kararlarını ve karar verme sebeplerini incelemiştir. Nitel ve durum çalışması olan bu araştırmada; örneklem fen bilgisi bölümünde 3.sınıf öğrencisi 26(18 kadın, 8 erkek) kişiden oluşmaktadır. Araştırmada toplanan veriler analiz edilmiş; katılımcı öğretmen adaylarının zamanlarının büyük bir kısmında bilgi edinme ve iletişim için medya-sosyal medya araçlarını kullandığı ortaya çıkmıştır. Araştırmada; Youtube destekli sınıf içi tartışma ile birlikte öğretmen adaylarından bazılarının konu hakkında görüşlerinin değiştiği, bazılarının ise değişmediği görülmüştür. Katılımcıların araştırma sürecinde SBK hakkında fikir sahibi oldukları ve farkındalık kazandıkları söylenebilmektedir. Ayrıca sınıf içi tartışma uygulaması ile katılımcıların çeşitli bilimsel süreç becerilerini ve yaşam becerilerini geliştirdiği belirtilmiştir. Özellikle katılımcı öğrencilerin; kritik düşünme, tartışma ve düşünme becerilerinin geliştiği görülmüştür.

Güzel vd. (2020) bu çalışmada, keman eğitiminde destekleyici araç olarak Youtube'un kullanımı ile eğitime sağladığı katkısını incelemiştir. Çalışmada örneklem grubu, hiç keman eğitimi almamış 25 öğrenciden(10-11 yaş aralığı) oluşmaktadır. Çalışmada öğrencilere başlangıçta standart keman eğitimi verilmiş daha sonra Youtube üzerinden yayınlanmış keman dersleri belirli bir süre izletilmiştir. Youtube videolarının yanında katılımcılara verilen performans ödevleri ile 12 haftalık bir süreç gerçekleştirilmiş ve sonunda katılımcılardan veri toplanmıştır. Sonuçta katılımcıların bireysel yetenek, el becerisi ve verimli çalışma durumlarının etkileri haricinde Youtube üzerinden izlenen videoların öğrenciler üzerinde daha yüksek başarı sağladığı görülmüştür. Öğrencilerin kişisel görüşleri de video derslerin hatırlamada kolaylık sağladığını söylemiştir. Keman eğitiminde psiko-motor bir beceri kazanma söz konusu olduğundan dolayı video derslerin tek başına yeterli olmayacağı fakat videoların destekleyici etkili bir materyal olabileceği belirtilmiştir.

Lam ve Woo (2020), Youtube'un ruh sağlığı eğitimi için eğitsel bir araç olarak kullanımına yönelik yaptıkları çalışmada; özel olarak ruh sağlığı eğitim videolarının yüklenme zamanlarının, videoların Amerikalı izleyiciler arasındaki yayılma performansına etkisini analiz etmeyi amaçlamışlardır. Bu amaçla, araştırma ile Youtube'a yüklenen eğitim videolarının 36 ay boyunca oluşturduğu veriler toplanmıştır. Veriler, Youtube'un sağladığı analiz araçları ile elde edilen verilerde birçok demografik

değişken üzerinden farklı dağılımlar ortaya çıkmıştır. Araştırma konusu sağlık probleminin, belirtilerin ağırlıklı olduğu yaş grubu ve riskli yaş grupları üzerinden hedef yaş grubu seçilmiştir. Eğitsel videoların yüklendiği ilk yıla kıyasla üçüncü yıldaki videolar, hedeflenen kitleye (≥ 45 yaş) ulaşmada daha iyi performans gösterdiği görülmüştür. Risk grubuna giren 65 yaş üstü bireylerin, 25 yaş altı bireylere göre eğitim videolarını daha uzun süre izlediği saptanmıştır. Araştırma sonucunda, Youtube'un farklı yaş grubu kitlelerine ulaşmak için önemli bir araç olduğu önemli bir kazanımdır.

Staziaki vd. (2020), Youtube'un dünya çapında ücretsiz en yaygın video paylaşım platformu olması, radyoloji alanında da eğitsel video aracı olarak kullanımının artmasına sebep olduğu söylenebilmektedir. Bu yönüyle Youtube, eğitsel birçok fayda oluşturma potansiyeli yanında hatalı tıbbi bilgilerin yayılmasına ve kalitesiz eğitsel içeriklerin izleyicilere ulaşmasını da sağlamaktadır. Bu çalışma ile Youtube'da oluşturulacak bir eğitsel içerik için gerekli niteliksel özelliklere vurgu yapılmaktadır. Ücretsiz ve açık olarak erişilebilen çevrimiçi öğretim ve öğrenme ortamlarının, Tıp alanında farklı birçok platform dahilinde kullanımının artmıştır. Bununla birlikte Tıp alanı özelinde öğrencilerin %20'sinin sosyal medya platformlarını eğitsel ve akademik bilgi paylaşımı için kullandığı da bilinmektedir. Youtube için eğitsel içerik oluşturulurken üzerinde durulan konular;

- Ekran kaydı,
- Video ve Ses Kaydı,
- Video Düzenleme,
- Video Uzunluğu,
- Videolarda profesyonel içerik oluşturma,
- Video içerik için önerilen belirlenmiş en iyi yollar,
- Youtube kanalının başarı ölçütleri

maddeleriyle ve bu maddelerin içerikleri ile açıklanmıştır. Ayrıca araştırmada Youtube'un getirdiği, bireylerin kendi hızında öğrenmesine ücretsiz olanak sağlaması gibi birçok avantajları ile beraber; videolarda referans göstermeme, hakemli bir inceleme olmaması ile gelen bilgi kirliliği gibi birçok dezavantajı da belirtilmiştir. Youtube haricinde ona alternatif olarak kullanılacak; Vimeo, Facebook, DTube, LinkedIn ve araştırma özelinde Cleveland Clinic, Standford ve Columbia gibi Tıp alanında eğitsel videolar barındıran platformlarda vardır. Sonuç olarak araştırmayla;

Youtube’da yeterli seviyede Radyoloji üzerine eğitim içeriği olmamasına rağmen, Youtube’un eğitsel olarak çok yüksek bir potansiyele sahip olduğu belirtilmiştir.

Araştırma konusu ile ilgili literatür incelenmiş ve sonuçta Youtube’un bir eğitsel içerik platformu olarak kullanımına yönelik farklı amaçlarla, farklı konular üzerine birçok araştırma yapıldığı grlmştir. Bu araştırmalardan bazıları örgün eğitime yardımcı teknolojik bir araç olarak Youtube’un kullanımı olduğu gibi, bazıların da ise doğrudan Youtube zerindeki içeriklerin değerlendirilmesi ve bu içerikler hakkındaki kullanıcı görüşleri incelenmektedir. Bunlarla birlikte Youtube’daki videoların, örgün eğitimden bağımsız olarak izlenmesi ile dolaylı olarak eğitime katkıları da bu çalışmalara konu olmuştur. Ayrıca incelenen araştırmalarda, Youtube üzerinde yayınlanan genel içeriklerin taşıması gereken nitelikler hakkında da araştırmalar olduğu görülmektedir.

3. YÖNTEM

3.1 Araştırmanın Modeli

Youtube video paylaşım platformu üzerindeki eğitimci ve izleyicilerin; Youtube üzerindeki eğitsel video içerikleri hakkındaki görüşlerini belirlemeyi ve Youtube eğitsel içerik üreticilere, eğitsel video içeriklerini hazırlarken dikkat etmeleri gereken konuları ortaya koymak isteyen bu araştırma nitel bir çalışmadır. Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden açıklayıcı çalışma amacı ile durum araştırması olarak desenlenmiştir. Durum çalışması; “Bir ya da daha fazla olayın, ortamın, programın, sosyal grubun ya da diğer birbirine bağlı sistemlerin derinlemesine incelendiği yöntem.” olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk vd., 2018).

3.2 Araştırmanın Katılımcıları

Araştırmanın katılımcıları; Youtube üzerindeki eğitsel içerikli video izleyicileri ile eğitsel video içeriği sahipleridir. Araştırmanın örnekleme, tabakalı amaçsal örnekleme (kota örnekleme) yöntemi ile seçilen, Youtube video paylaşım platformunu üzerinde ağırlıklı eğitsel içerikler paylaşan “kablosuzkedi”; Youtube kanalının 2020-2021 aktif izleyicileri ile kanalın sahibidir (Büyüköztürk vd., 2018). Araştırmaya katılım gösteren kanal izleyicileri toplamda 47 kişidir. İlgili Youtube kanalı, ağırlıklı olarak yazılım geliştirme konusuna yönelik eğitsel videolar üretmektedir.

3.3 Veri Toplama Araçları

Youtube platformundaki eğitsel içerik üreticilerine ve izleyicilerine yönelik olan ve nitel bir çalışma olarak biçimlenen bu çalışmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır (Büyüköztürk vd., 2018). Bunun sebeplerinden biri Youtube platformundaki eğitsel videoların kalitelerini ölçmeye yönelik geliştirilen ölçütlerin eksik olmasıdır (Shoufan, 2019). Veri toplama aracı olarak kullanılan 2 tane yarı yapılandırılmış form oluşturulmuştur. Birinci form izleyiciler için hazırlanan, 2 çoktan seçmeli ve 7 tane açık uçlu sorudan oluşan Ek-1’de verilen formdur. Diğer form ise kanal sahibine (eğitsel içerik oluşturucuya) yönelik hazırlanmış, 1 sabit seçenekli ve 9 tane açık uçlu sorudan oluşan Ek-2’de verilen formdur. Veri toplama araçlarının başında, katılımcılara araştırmanın amaçları hakkında ve elde edilen verilerin kullanımı hakkında bilgi verilmiştir. Araştırma katılımcılarından kanal izleyicilerine, ilgili veri toplama aracı Google Formlara dönüştürülüp toplanmıştır.

mesajlaşma uygulaması üzerindeki ilgili kanal grubu üzerinden iletilmiştir. Kanal sahibine yönelik form ise e-posta üzerinden kanal sahibine gönderilmiş ve cevapları da e-posta olarak geri alınmıştır.

3.4 Verilerin Toplanması

Araştırma konusu üzerine Youtube üzerindeki eğitsel video içeriği paylaşan belirlenmiş kanalların sahiplerinden, izin isteğini (Ek-3) kabul eden “kablosuzkedi” kanalının sahibi ve izleyicilerinden; araştırmanın alt amaçları doğrultusunda geliştirilen açık uçlu sorulardan oluşan formların gönüllük esasına dayalı olarak cevaplamaları istenmiştir. Verilerin toplanacağı örnekleme fiziksel olarak erişim imkânsızlığı sebebiyle, verilerin toplanması için çevrimiçi formlar kullanılmıştır.

3.5 Verilerin Analizi

Araştırmada; verilerin analiz edilmesinde içerik analizi kullanmış olup, içerik analizi ile ulaşılan alt temalar üzerinden anlaşılır ve sistematik veriler üzerinden analizler yapılmıştır. İçerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği, sistematik bir tekniktir (Büyüköztürk vd., 2018).

Verilerin toplanması için kullanılan iki ayrı, yarı yapılandırılmış görüşme formuna katılımcıların verdiği cevaplar; genel tema başlıkları oluşturularak toplanmıştır. Bu başlıklar, başlığa dâhil olan katılımcı cevapları (n) ve başlığa uyan cevapların toplam katılımcı sayısına yüzde oranı (%) olarak tablolaştırılmıştır. Her soru için oluşturulan bu tablolar üzerinden yorumlamalar yapılmıştır.

Araştırmanın güvenilirliği için, Miles ve Huberman (1994)’ in çalışmalarında önerdikleri görüş uyumu güvenilirlik formülü kullanılmıştır. Geçerlilik için, birisi bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi alanında uzman olmak üzere iki kişi tarafından araştırmanın amaçlarına uygun olarak kodlanmış ve güvenilirlik formülü ile birlikte 0,92 değerinde görüş birliği sağlanmıştır. Katılımcılardan elde edilen görüşlerde, katılımcıların kişisel verilerine yer verilmemiştir. Katılımcıların yanıtları için teyit işlemi uygulanmıştır.

BÖLÜM 4

4 BULGULAR

Youtube üzerindeki eğitsel video içerikler ve bu üretilen içeriklerin barındırması gereken nitelikler hakkında oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formuna, içerik üreticilerinin ve izleyicilerin cevapları ile elde edilen veriler bu bölümde, araştırmanın amacı bölümündeki sırayla başlıklar halinde verilecektir.

4.1 Kullanıcıların, Günlük Olarak Youtube Üzerinde Geçirdikleri Süre

Araştırmanın konusu üzerine oluşan alt amaç sorularından izleyicilere yöneltilen Youtube üzerinde günlük olarak ne kadar zaman geçirdiklerine dair yöneltilen soruya verdikleri cevaplar aşağıdaki tablodaki gibidir (Tablo 4.1).

Tablo 4.1 Katılımcıların, Youtube üzerinde günlük olarak harcadıkları zaman

| Youtube üzerinde günlük harcanılan süre | n | % |
|---|-----------|--------------|
| 1 Saatten az | 18 | 38.3 |
| 1 – 3 Saat aralığında | 15 | 31.9 |
| 3 – 5 Saat aralığında | 9 | 19.1 |
| 5 Saatten fazla | 5 | 10.6 |
| Toplam | 47 | 100.0 |

Tablo 4.1 incelendiğinde, izleyicilerinin Youtube’da geçirdikleri zaman hakkında yöneltilen soruya verdikleri cevaplar arasında en fazla yoğunluğa sahip olanın 1 Saatten az (n=18, %38.3) cevabı olduğu görülmektedir. Bunu 1-3 saat aralığı (n=15, %31.9) cevabı takip etmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (n=%70.2) günlük olarak Youtube platformunda 0-3 saat aralığında zaman geçirdiği görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %29.7 (n=14)’sinin günde 3 saatten fazla Youtube’da zaman geçirdiği görülmektedir.

4.2 Kullanıcıların, Günlük Youtube Üzerindeki Eğitsel İçerikli Videolarla Geçirdikleri Süre

Katılımcıların Youtube üzerindeki eğitsel videolara ayırdıkları zaman hakkında bilgi edinmek için sorulan, katılımcıların eğitsel içerikli Youtube videolarına harcadıkları süre hakkında yöneltilen soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.2'deki gibidir.

Tablo 4.2 Katılımcıların, Youtube üzerinde günlük olarak eğitsel videolara harcadıkları zaman

| Youtube üzerinde günlük eğitsel içerikli videolara harcanılan süre | | |
|--|-----------|--------------|
| | n | % |
| 1 Saatten az | 24 | 51.1 |
| 1 – 3 Saat aralığında | 20 | 42.6 |
| 3 – 5 Saat aralığında | 2 | 4.3 |
| 5 Saatten fazla | 1 | 2.1 |
| Toplam | 47 | 100.0 |

Tablo 4.2 incelendiğinde katılımcılar, Youtube'daki eğitim videolarına günlük olarak ayırdıkları zaman hakkında yöneltilen soruya; ağırlıklı olarak 1 Saatten az (n=24, %51.1) ve 1-3 Saat aralığında (n=20, %42.6) cevaplarını vermişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (n=44, %93.7) günlük olarak Youtube'da eğitsel videolara harcadıkları süre 0-3 saat aralığındadır. Ayrıca Tablo 4.1 ile Tablo 4.2 beraber incelendiğinde, genel Youtube kullanımı için günlük 3 saatten fazla kullanan katılımcı sayısı, eğitsel içerik için 3 saatten fazla süre harcayan katılımcılardan daha fazladır.

4.3 Kullanıcıların, Youtube Dışında Eğitsel Video İçeriklere Erişmek İçin Kullandıkları Platformlar

Katılımcılara, eğitsel videolara Youtube platformu dışında eriştikleri platformlar hakkında yöneltilen soru ve katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplarından oluşan temalar Tablo 4.3'deki gibidir.

Tablo 4.3 Katılımcıların, eğitsel video içeriklere erişmek için kullandıkları diğer platformlar

| Youtube haricinde eğitsel video içeriklere ulaşılan platformlar | | |
|---|-----------|--------------|
| | n | % |
| Udemy | 38 | 61.3 |
| Video Sınıf | 4 | 6.5 |
| Özel Web Siteleri (Web Sayfaları, Web Forumları, Google Arama Sonuçları) | 4 | 6.5 |
| Laracasts | 2 | 3.2 |
| Diğer(Sosyal Medya Siteleri, Onedio, Lynda, Videobu, Khan Academy, Scrimba, W3Schools, Codecademy, Stackoverflow) | 14 | 22.6 |
| Toplam | 62 | 100.0 |

Tablo 4.3 incelendiğinde; katılımcıların büyük bir çoğunluğunun Youtube haricinde kullandığı eğitsel video kaynağı olarak Udemy (n=38, %61.3) öne çıkmıştır. Katılımcıların tercihleri, Udemy video eğitim platformundan sonra sosyal medya platformları ve Udemy benzeri (Videobu, Video Sınıf, Khan Academy, Scrimba, W3Schools, Codecademy, Stackoverflow) eğitim odaklı platformlar takip etmektedir. Katılımcıların Tablo 4.3 dışında tekil olarak verdiği başka bir cevap bulunmamaktadır. Ayrıca katılımcılara yöneltilen soruda Youtube dışında eğitsel video içeriklere ulaştıkları platformlar sorulmasına rağmen bazı yazılı platformları cevap olarak verdikleri de görülmektedir.

4.4 Kullanıcılara Göre Youtube'da Eğitsel İçerikli Kanallarla Diğer Kanallar Arasında Ne Tür Farklar Olmalı

Katılımcıların Youtube'da eğitsel video içeriği üreten kanalların, eğitsel video içeriği olmayan eğlence vb. türde kanallardan ayrılması gereken noktalar hakkında bir soru yöneltilmiştir. Yöneltilen soruya katılımcıların verdiği cevaplardan oluşan temaların dağılımları Tablo 4.4'deki gibidir.

Tablo 4.4 Katılımcıların, Youtube'daki eğitsel kanalların diğer video kanallarından farkları hakkındaki görüşleri

| Youtube'da eğitsel içerikli kanalların diğer kanal türlerine göre ifade edilen farkları | n | % |
|--|-----------|--------------|
| Videonun sıkıcı olmayan anlaşılır ve akıcı bir anlatım ile yapılması gerekir | 8 | 13.1 |
| Video içeriğini sunan kişinin konuya hâkim ve uzmanı olması | 6 | 9.8 |
| Düzenli yayınlanan, zengin bir içeriğe sahip olmalı | 6 | 9.8 |
| Videolar, öğretim ilkelerine ve pedagojiye uygun olmalı | 4 | 6.6 |
| Videolarda eğlence veya muhabbet gibi farklı konulara kaymamalı, ciddi olunmalı ve doğrudan eğitim olmalıdır | 4 | 6.6 |
| Video için ön hazırlığı ve planlaması yapılmış olması gerekir | 4 | 6.6 |
| Spesifik bir konu üzerine "Nasıl yapılır?" şeklinde olmalı | 2 | 3.3 |
| Yorumlar dikkate alınmalı ve yorumlara göre videoların şekillenmesi ve düzenlenmesi gerekir | 2 | 3.3 |
| Uygulamalı ve proje tabanlı eğitimler verilebilir | 2 | 3.3 |
| Video kalitesinin (çözünürlüğünün) ve ses kalitesinin iyi olması gerekir | 2 | 3.3 |
| Video içeriğinin, dayandığı kaynakları belirtmesi ve doğruluğu kesin bilgiler vermesi gerekir | 2 | 3.3 |
| Video içinde veya sonrasında etkileşimli test vb. işlevlerin olması ve dokümanlarla eğitimin desteklenmesi gerekir | 2 | 3.3 |
| Eğitim akışının çok fazla reklam ile sürekli olarak bölünmemesi gerekir | 2 | 3.3 |
| Ücretsiz olmalı | 2 | 3.3 |
| Video başlıkları daha düzenli olmalı | 1 | 1.6 |
| Videoların, izleyicilerin yaş seviyelerine uygun şekilde kategorilere ayrılması gerekir | 1 | 1.6 |
| Kanalların ücretli olması gerekir, bunun sayede kaliteleri artabilir | 1 | 1.6 |
| Aynı konular için her öğrenme seviyesine uygun farklı videolar üretilmesi gerekir (Temel ve ileri gibi) | 1 | 1.6 |
| Diğer | 9 | 14.8 |
| Toplam | 61 | 100.0 |

Tablo 4.4 incelendiğinde; "Videonun sıkıcı olmayan anlaşılır ve akıcı bir anlatım ile yapılması gerekir" teması, katılımcıların yoğunlaştığı (n=8, %13.1) tema olarak öne çıkmıştır. Bunu %9.8 (n=8) katılım ile "Video içeriğini sunan kişinin konuya hâkim ve uzman olması" teması takip etmektedir. Bunların dışında katılımcıların yoğunlaştığı bazı temalar;

- Düzenli yayınlanan, zengin bir içeriğe sahip olmalı (n=6, %9.8),
- Videolar, öğretim ilkelerine ve pedagojiye uygun olmalı (n=4, %6.6),
- Videolarda eğlence veya muhabbet gibi farklı konulara kaymamalı, ciddi olunmalı ve doğrudan eğitim olmalıdır (n=4, %6.6),
- Video için ön hazırlığı ve planlaması yapılmış olması gerekir (n=4, %6.6),
- Spesifik bir konu üzerine "Nasıl yapılır?" şeklinde olmalı (n=2, %3.3)

şeklinde listelenebilir.

Katılımcıların tekil olarak verdikleri cevapların bir araya getirildiği “Diğer” teması içindeki cevapların (n=9, %14.8) bazıları; “Faydalı ve toplumu bilinçlendiriyor”, “Özen göstermeliler ve sorumluluk sahibi olmalılar” olarak görülmektedir. Katılımcıların ilgili soruya verdikleri cevaplardan bazıları doğrudan alıntıyla, oluşturulan temalardan bağımsız olarak aşağıda verilmiştir:

“Video konu başlıkları daha düzenli olmalı”,

“Bu tip kanalların etkileşimli olması, videodan sonra test, sınav ve eğitimi destekleyici dokümanların yüklenebileceği alan olması.”

“Reklamlarla içerik akışı kesilmemelidir.”

“Anlatım basit ve akıcı, içerik planlı olmalı.”

“Genele hitap ettiği için daha temel ve daha ileri olmak üzere, aynı konu için 2 ayrı video şeklinde yayınlanabilir.”

“Açıklayıcı, anlaşılır ve uygulanabilir olması gerekmektedir. Doğruluğundan emin olunan içeriklerin paylaşılması önemlidir.”

“Öğretim ilkelerine göre hazırlanması gerekmektedir”

“Ses ve görüntü kaliteleri iyi olmalı, kullanılan dil sade ve anlaşılır olmalı”

“Kanal ayrımı yapılmalı belki de ücretli olsa daha kaliteli içerik olabilir”

4.5 Youtube Üzerindeki Kullanıcıların, Eğitsel İçerikli Bir Videoyu İzlemeyi Bırakma ve İzlemeye Devam Etme Sebepleri

Youtube üzerinde, izleyicilerin eğitsel video içeriklerini veya video listelerini izlemeyi bırakma veya izlemeye devam etme sebeplerini öğrenmek amaçlı yöneltilen soru ve katılımcıların verdikleri cevap temaları Tablo 4.5’deki gibidir.

Tablo 4.5 Katılımcıların, Youtube'daki eğitsel kanal içeriklerini izlemeye devam etme ve bırakma sebepleri

| Youtube üzerinde eğitsel içerikli bir videoyu izlemeyi bırakma veya devam etme sebepleri | n | % |
|---|-----------|--------------|
| Sıkıcı olmaması ve akıcı, sade, anlaşılır, düzenli bir anlatım olması | 11 | 14.3 |
| Eğitmenin bilgi seviyesi, uzmanlığı ve anlatılan konuya hâkimiyeti | 9 | 11.7 |
| Anlatıcının ses tonu, aksanı ve diksiyonu | 8 | 10.4 |
| İçerik ve eğitimin kalitesi | 6 | 7.8 |
| Video eğitim serilerinin düzenli gruplandırılması ve videoların sürekliliğinin sağlanması | 5 | 6.5 |
| İlgimi çeken bir konuya izlemeye devam edebilirim | 4 | 5.2 |
| Görüntü ve Ses kalitesinin yeterli olması | 4 | 5.2 |
| İstenilen bilgi ve içeriği sağlaması | 4 | 5.2 |
| Bilgilerin yüzeysel ve yetersiz olmaması | 3 | 3.9 |
| Verilen eğitimdeki bilgilerin eksik olmaması ve doğruluğu | 3 | 3.9 |
| Videonun çok uzun olmaması | 3 | 3.9 |
| Eğitim içeriğinin güncel bilgi içermesi ve kullanılabilir olması | 2 | 2.6 |
| Video içi çok fazla ürün yerleştirme ve reklamların olmaması | 2 | 2.6 |
| Video başlığının içerikle bağdaşması (Tık tuzağı olmaması) | 2 | 2.6 |
| Eğitsel video konusunun yarım bırakılmadan bitirilmesi | 1 | 1.3 |
| İhtiyaç duyduğum bilgiye ulaştıktan sonra videoyu kapatabiliyorum | 1 | 1.3 |
| Videonun ön hazırlık ve planla yapılmış olması | 1 | 1.3 |
| Diğer (Öz disiplin, yaklaşan ders sınavlarım vb.) | 8 | 10.4 |
| Toplam | 77 | 100.0 |

Tablo 4.5 incelendiğinde; ilgili soruya katılımcıların verdiği cevaplardan oluşturulan temalardan en fazla (n=11, %14.3) cevaba sahip olan “Sıkıcı olmaması ve akıcı, sade, anlaşılır, düzenli bir anlatım olması” temasıdır. Oluşan diğer temalar incelendiğinde genel olarak katılımcılar tarafından; eğitsel video içerik üreticinin uzmanlık seviyesi (n=9, %11.7), eğitmenin ses tonu ve diksiyonu (n=8, %10.4), içerik ve eğitimin kalitesi (n=6, 7.8), eğitsel videonun görüntü ve ses kalitesi (n=4, %5.2) gibi birçok kritere dikkat edildiği görülmektedir. Katılımcıların, ilgili soruya verdikleri bazı cevaplar temalardan bağımsız olarak aşağıda sıralanmıştır;

“İçerik ve anlatım tarzı”

“Videonun uzun olması bırakma sebebim konunun ilgi çekici olması devam etme sebebim”

“Ses görüntü kötüyse izlemeyi bırakırım, anlaşılır sıra sıra düzenli gruplandırılmışsa devam ederdim”

“Eğitmenin bilgi seviyesi ve anlatabilme kabiliyeti.”

"Önceden hazırlık yapılması çok önemlidir. Video çekim ve ses kalitesi."

“Konuşma akıcılığı ve konuya hakimliği”

“Aradığım sorunla alakalı olup olmaması içerikle başlığın bağdasmaması vs sebepler”

"Devam etme; serinin tam olması ve eğitimi tamamlayabilmesi Bırakma; aşırı yüzeysel anlatım, sırf video olsun diye çekilmiş gibi"

“İçerik bilgisi önemli ise sonuna kadar izlenebilir. Fakat rahatsız edici ses tonu içerik içi reklamlar bunu engelleyebilir.”

“Araştırdığım konu ile alakası olmayan sadece clickbait olarak başlıkların atıldığı videoları izlemeyi anında bırakıyorum fakar işinin uzmanları tarafından hazırlanmış içerikleri sonuna kadar izlemeye devam ediyorum”

“Eğitmenin konuya hakimiyeti”

“Çok fazla reklam”

4.6 Youtube Platformunu Kullanan, Eğitsel İçerik İzleyicilerinin Youtube Üzerinde Yaşadığı Problemler

Katılımcılara, Youtube'daki eğitsel içerikleri tüketme deneyimlerinde yaşadıkları sorunlar hakkında yöneltilen soru ve katılımcıların bu sorulara verdikleri cevaplardan oluşturulan temaların dağılımları Tablo 4.6'da verilmiştir.

Tablo 4.6 Katılımcıların, Youtube’da yaşadığı sorunlar

| Katılımcıların Youtube üzerinde yaşadıkları sorunlar ve Youtube platformuna eleştirileri | n | % |
|--|-----------|--------------|
| Reklamların fazla olması | 20 | 35.7 |
| Eksiği yok, çok iyi bir video platformu | 8 | 14.3 |
| Sürekli Youtube Premium önerisinde bulunması | 3 | 5.4 |
| Yorumlardaki zorbalık, seviyesizlik ve denetimsizlik. | 3 | 5.4 |
| Video içeriği ile video etiketlerinin uyumlu olmaması | 2 | 3.6 |
| Bilgi ve içerik kontrolü olmadan herkesin içerik üretip yüklemesi, bilgi kirliliği oluşturuyor | 2 | 3.6 |
| Önerilen videolar kısmı doğru çalışmıyor | 2 | 3.6 |
| Video kalitesi(çözünürlük) | 2 | 3.6 |
| Kötü, kalitesiz ve faydasız videolar | 2 | 3.6 |
| Eklentisiz, arka planda çalışma özelliğinin gelmesi | 2 | 3.6 |
| Aldatıcı başlık kullanımının önlenmesi gerekir(Tık tuzağı başlık) | 1 | 1.8 |
| Youtube arama yapısı düzeltilebilir | 1 | 1.8 |
| Ücretsiz olduğundan dolayı daha basit ve dağınık içerik olması | 1 | 1.8 |
| Diğer | 7 | 12.5 |
| Toplam | 56 | 100.0 |

Tablo 4.6’da katılımcılara yöneltilen Youtube’da yaşadıkları sorunlar hakkındaki soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde; 8 katılımcı (%14.3) “Eksiği yok, çok iyi bir video platform” olduğunu ifade etmiştir. Sorunlar konusunu oluşturan temalar içinde ise en fazla cevaba (n=20, %35.7) sahip olan tema “Reklamların fazla olması” olarak ortaya çıkmıştır. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda verilmiştir.

“Aşırı reklam içermesi, önemli anlarda reklamların bir anda çıkması”

“Reklamlar içerik takip etmekten soğutuyor.”

“Youtube üzerinde yaşadığım en büyük sorun çözünürlük ve reklamlar.”

“ücretli kanallara göre daha basite kaçılması”

“Önerilen videolar kısmının doğru çalıştığını düşünmüyorum algoritmanın değişmesi lazım”

“Reklam, Eğitsel içerikli kanalarda reklamın kaldırılması hayli rahatlatıcı olurdu”

“Platform on numara bence”

“Reklamların çokluğu. Bilgi sahibi olan olmayan herkesin içerik yüklemesi.”

“Reklam, Telefon için arkaplanda çalışmıyor olması”

“Genelde sorunlar platformlardan kaynaklı değil de kanal, eğitmenlerden kaynaklı. Sonuçta YouTube kendi içeriğini paylaşmıyor, kanallar vesile oluyor.”

“Youtube araması biraz daha iyileştirilebilir.”

“Çok fazla reklam içermesi ve çok fazla clickbait içeriklerin olması”

“Eleştirim yok”

“Zırt birt reklam girmesi ve video içeriğiyle seo başlıkların tutmaması”

“Bu tür platformlarda reklam az yer verilmeli çok seçici olmalı her türlü reklam gösterilmemesi.”

“YouTube ile herhangi bir sorunum yok, sorun genelde video sahibinde oluyor”

4.7 Youtube’da İdeal Bir Eğitsel Video İçeriği İçin İçerik Üreticilerin Dikkat Etmesi Gereken Nitelikler ve İzleyenlerin İçerik Üreticiden Beklentileri

Katılımcılara Youtube üzerindeki eğitsel videoların niteliklerinde eksik ve olması gerekli gördükleri durumlar hakkında soru yöneltilmiştir. Bu soru ile kısaca Youtube’daki eğitsel video izleyicilerinin, ideal bir eğitsel videonun nitelikleri “Youtube üzerindeki eğitsel içerikli videolarda gördüğünüz problemler, eksiklikler ve olmasını gerekli gördüğünüz durumlar nelerdir? Başka ifade ile ideal bir eğitsel içerikli videoda olması gereken nitelikler nelerdir?” sorusu ile sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlardan oluşan temaların dağılımları Tablo 4.7’deki gibidir.

Tablo 4.7 Katılımcıların, Youtube'daki eğitsel içerikli videolardan beklentileri

| Katılımcıların Youtube üzerindeki eğitsel içerikli videolara yönelik önerileri ve videolardan beklentileri | n | % |
|--|-----------|--------------|
| Sıkıcı olmayan, sade, açık ve anlaşılır bir anlatım olmalı | 12 | 16.2 |
| Eğitmen eğitim verdiği konuya hâkim ve bilgili olmalı | 6 | 8.1 |
| Ses ve video kalitesi yeterli seviyede olmalı | 6 | 8.1 |
| Eğitim serilerinde süreklilik olmalı, başlanan eğitim serileri bitirilmeli | 4 | 5.4 |
| Videoda anlatılan konunun yarıda bırakılmadan detaylı şekilde anlatılması gerekir | 4 | 5.4 |
| Görsel ve animasyon içerikli anlatım olması gerekir | 3 | 4.1 |
| Video akışı tasarlanırken izleyici gözünden tasarlanması gerekir | 3 | 4.1 |
| Ön hazırlık ve plan yapılmış olmalı | 3 | 4.1 |
| Spesifik bir konu üzerine yapılmalı | 3 | 4.1 |
| Farklı seviyelere uygun eğitimler çekilmeli | 2 | 2.7 |
| Youtube tarafından, eğitsel video içeriklerinin kontrol etme ve kategorilendirme sistemi gerekiyor | 2 | 2.7 |
| Video içeriğinde, konusu hakkında öz ve konsantre bilgi olmalı | 2 | 2.7 |
| Videoların başında, videoda yapılacaklara dair bir perspektif verilmelidir | 2 | 2.7 |
| İyi bir eğitim içeriği için Youtube'da eğitim içerikleri için ücretli bir üyelik sistemi getirilebilir | 1 | 1.4 |
| Video başlığı ve açıklaması anlaşılır ve düzenli olmalı | 1 | 1.4 |
| Eğitim serileri ileri seviye konulara girmeden temel seviye konularda bitiyor | 1 | 1.4 |
| İçerik materyalleri tasarım ilkelerine uygun olmalı | 1 | 1.4 |
| Eğitim konusunda tamamlayıcı örnekler olmalı | 1 | 1.4 |
| Video içinde keyifli ve samimi bir anlatım olması çok iyi olur | 1 | 1.4 |
| Fon sesi için bir müzik çalmamalı | 1 | 1.4 |
| Farklı diller için altyazı olmalı | 1 | 1.4 |
| Ücretli kanallara göre daha basit eğitimler olması | 1 | 1.4 |
| İzleyicilerle yeterli etkileşim olmamakta | 1 | 1.4 |
| Anlatım ciddi olmalı | 1 | 1.4 |
| Eğitmenin öznellik katması dikkat dağıtıyor | 1 | 1.4 |
| Diğer | 10 | 13.5 |
| Toplam | 74 | 100.0 |

Tablo 4.7 incelendiğinde, katılımcıların cevaplarından oluşan temalardan en fazla katılıma sahip (n=12, %16.2) “Sıkıcı olmayan, sade, açık ve anlaşılır bir anlatım olmalı” teması çıkmıştır. Bu temayı, %8.1 (n=6) değerleri ile “Eğitmen eğitim verdiği konuya hâkim ve bilgili olmalı” ve “Ses ve video kalitesi yeterli seviyede olmalı” temaları takip etmektedir. Katılımcıları, %5.4'er katılım ile “Eğitim serilerinde

süreklilik olmalı, başlanan eğitim serileri bitirilmeli” ve “Videoda anlatılan konunun yarıda bırakılmadan detaylı şekilde anlatılması gerekir” temaları takip etmektedir. Son olarak tekil cevaplar içeren “Diğer” teması %13.5 (n=12) katılımı kapsamaktadır. Bu soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, Tablo 4.7’deki temalardan bağımsız doğrudan aktarımlı olarak aşağıdaki şekildedir.

“Geniş içerik ve detaylı ve doğru bilgi akılda soru işareti kalmaması”

"İlerlenecek aşamaların özeti. Çok dolandırmadan direk konuya girilmeli. Eğitim setlerinde süreklilik olmalı."

“Görsel niteliği yüksek olmalı, kısa öz ve anlaşılır olmalı, spesifik olmalı”

“Ses net olmalı, anlatıcı gereksiz detaya girip sıkmamalı, görüntü ve görüntü açısı net olmalı, video konu başlıkları anlaşılır ve düzenli olmalı”

“Çoğu eğitsel içeriğin devamı gelmiyor. Yarıda kesiliyor. Bir de üstün körü çekilmiş eğitsel videolar oluyor.”

“Daha açık anlatımlı olması”

"Anlatım olarak daha ciddi olmalıdır. Video çekmeden önce hazırlık yapıldır. Anlatım ve telaffuzlar düzgün olmalıdır. Konu hakkında bilgi sahibi olması gerekmektedir."

“Video tasarlanırken hazırlayıcı gözünden değil izleyici gözünden tasarlanması benim için 1. Niteliktedir”

“Ses sorunları, başlanan serilerin bitmemesi, kitleyle etkileşim yetersizliği”

“Farklı dillerde alt yazı olmalı”

“Ses ve görüntü kalitesi, diksiyon, eğitmenin tecrübe ve bilgi sahibi olması, anlaşılabilir animasyonlu içerik üretilmesi, konuyla alakalı detaylı bilgi, (çoğu ezberden gidiyor)”

“Öz ve konsantre bilgi, kaliteli video”

“Benzer içerikler alt kategorilenip puanlama ile en uygunu en öne çıkarmak mümkün olabilir”

“Eğitmen konu hakkında bilgili ve yetkin bir anlatıcı olmalı.”

“Ara ara eğlendirecek konuyla ilgili keyifli bir muhabbet yapıyor gibi anlatacak böyle olsa çok iyi olur korku filmi izler gibi video izlemek istemiyorum bide fon müziği olmamalı bence”

“Kesinlikle bir kontrol sisteminin geliştirilmesi gerekiyor.”

“başlarken amacını belirtmeliler, başlangıç seviyesi, orta seviye vs. şeklinde olmalı.üsluplarına dikkat etmeliler.”

“Materyal tasarım ilkelerine uygun olması”

“Sadece konuya bağlı kalınmalı, hitap edilen kitlenin bilgi düzeyi sıfırdan alınmadan olması gereken seviyede bilgi verilmeli”

“Eğitim serileri ileri düzeye gelmeden bitiyor, genelde giriş niteliğinde oluyor, kaliteli ve ücretsiz eğitim serileri olabilir”

“İdeal bit eğitim için çok zaman harcanır youtubedan bu harcanan zamana Maddi karşılık bulmak şu anda zor netflix gibi bir abonelik ile kaliteli içerikler ayırt edilebilir”

“Eğitmenin içeriğe hakim olması, görsel içeriğin zengin olması, konuyu destekleyecek kaliteli ve eğlenceli görsellerle desteklenmesi”

“Video kalitesi, anlatım kalitesi ve anlaşılabilirlik yüksek olmalı”

4.8 Youtube'daki Eğitsel İçerikli Bir Videonun İdeal Süresi

Katılımcılara, “Youtube üzerinde eğitsel içerikli bir videonun ideal süresi ne kadar olmalıdır?” sorusu ile Youtube üzerindeki eğitsel videoların ideal süresi hakkında yöneltilen soruya yönelik katılımcıların verdiği yanıtlara ait temalar Tablo 4.8'deki gibidir.

Tablo 4.8 Katılımcılara göre Youtube'daki eğitsel bir videonun ideal süresi

| Youtube üzerinde eğitsel içerikli bir videonun ideal süresi | n | % |
|--|-----------|--------------|
| 16-30dk arası olması gerekir | 11 | 22.4 |
| 5-15dk arası olması gerekir | 9 | 18.4 |
| Videolar konu-konu bölünmüş halde her video 10-20dk arası olmalı | 7 | 14.3 |
| 31-45dk arası olması gerekir | 6 | 12.2 |
| Konuya ve içeriğe göre süresi değişebilir | 6 | 12.2 |
| 46-60dk arası olması gerekir | 3 | 6.1 |
| Diğer | 7 | 14.3 |
| Toplam | 49 | 100.0 |

Tablo 4.8 incelendiğinde, katılımcıların ilgili soruya verdikleri cevaplardan oluşan “16-30dk arası olması gerekir” teması en fazla katılım içeren cevapları

kapsamaktadır (n=11, %22). Bunun yanında Youtube'daki eğitsel bir içeriğin ideal uzunluğu hakkında "5-15dk arası olması gerekir" teması içinde bulunan katılımcı sayısı 9 (%18.4) olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca katılımcıların %14.3'lük (n=7) bir kısmı "Videolar konu-konu bölünmüş halde her video 10-20dk arası olmalı" teması ile Youtube'daki eğitsel videoların konu-konu ayrılmış 10-20dk aralığında olması gerektiğini belirtmişlerdir. Katılımcıların sadece %6'lık (n=3) bir kısmı "46-60dk arası olması gerekir" teması içerisinde toplanmıştır. Tablo 4.8'de temaların oluşmasına neden olan katılımcı cevaplarından bazıları temalardan bağımsız olarak aşağıda listelenmiştir.

"Buna cevap vermek pek kolay değil. Bazı uzun soluklu seriler olabiliyor bu serilerin parçalanmasını doğru bulmuyorum. Ama birden fazla konuyla ilgili video'lar 5 ila 20 dakika arasında olabilir."

"Eğer bu eğitim uzun bir eğitimse 10-20 dakikalık parçalara bölünebilir. Crash course (Bir videoda python) gibi bir videoysa da en fazla 3 saat olmalı"

"Konu konu ayırılarak 10-15 dkk civarı"

"5-10 dk arasında , eğer daha uzun bir eğitim videosu oluşturulacak ise bölümlere ayrılabilir"

"20 ila 30 dk arası"

"20 Dakika"

"ortalama her konu için 8-12 dk"

"Maksimum 10 dk her modül parça parça anlatılmalı"

"İçeriğe ve konuya göre değişir."

4.9 Youtube Üzerindeki Bir Eğitsel Video İçerik Üreticisinin, Youtube' da Bulunan Eğitsel İçerikler Hakkındaki Görüşleri ve Önerileri

Araştırmada, örneklem olarak seçilen Youtube kanalının sahibi ve içerik üreticisine, araştırmanın amaçları doğrultusunda yöneltilen sorular ve katılımcı olarak kanal sahibinin verdiği cevaplar incelenmiştir. Katılımcı kanal sahibinin, formasyon eğitimi almadığını belirttiği görülmüştür. Ayrıca katılımcı kanal sahibi, Youtube dışında video eğitsel içeriklerini paylaştığı platformları; Video Sınıf ve Udemy olarak belirtmiştir. Kanal sahibinin yöneltilen sorular hakkındaki görüşleri Tablo 4.9'daki gibidir.

Tablo 4.9 Kanal sahibinin, amaçlara uygun sorulara verdiği cevaplar

| No | Soru | Cevap |
|----|--|--|
| 1 | Youtube haricinde eğitsel video içerikleri üretip yayınladığınız platformlar var mı? Varsa nelerdir? | 1. Video Sınıf 2. Udemy |
| 2 | Eğitsel içerikli videoları yayınlamak için Youtube platformunu seçme sebepleriniz nelerdir? | En fazla trafiğe sahip video platformu olması. |
| 3 | Youtube üzerinde ürettiğiniz içerikleri dikkate aldığınızda size ne gibi avantajlar sağlamıştır? | 1. Düzenli içerik oluşturulduğunda, izleyici kitlesi gelmeye başlıyor ve izleyiciler desteklemeye başlıyor. 2. Avantajım güzel arkadaşlar edinmem. |
| 4 | Youtube üzerinde yaşadığımız sorunlar nelerdir? Youtube platformuna ne gibi eleştiriler getirebilirsiniz? | 1. Youtube'un kendisinde bir sorun görmüyorum. 2. İzleyenlere daha uygun algoritmalar geliştirilmeli. İlgi alanlarına girebilecek bölümlerde belirlenmeli. |
| 5 | Youtube üzerindeki eğitsel içerikli videolarda gördüğünüz problemler, eksiklikler ve olmasını gerekli gördüğünüz durumlar nelerdir? Başka ifade ile ideal bir eğitsel içerikli videoda olması gereken nitelikler nelerdir? | 1. Eğitsel kanallarının izleyenlere, kısa veya uzun vadede etki eder nitelikte olması gerekir. 2. Eğitim veren Youtube kanalları, ana dilin düzgün kullanımı ile profesyonel yaşamda kaliteli bireyler yetiştirilmesine katkı sağlayabilir. 3. Eğitsel videoya beni bağlayan nitelikler; eğitmenin bilgi düzeyi, ses tonu ve eğitim tekniğidir. 4. Benimde yaptığım gibi eğlenceli üslup kullanan eğitim videoları tercihimdir. Bunun sebebi ise izleyenlerin dikkatini toplamak. |
| 6 | Youtube üzerinde yayınladığımız eğitsel videoları hazırlamadan önce plan yapıyor musunuz? Yapıyorsanız, plan için ne kadar süre harcıyorsunuz? | Önceden söyleyeceklerimi planlamıyorum, spontane anlatım yapmayı daha doğal ve faydalı buluyorum. |
| 7 | Youtube üzerindeki eğitsel içerikli bir videonun süresi ne kadar olmalıdır? | 1. Bu göreceli bir kavram. Kendi videolarımda bazen 10 dakika kısa, 20 dakika ise çok uzun gelebiliyor. 2. Odaklanıp izlenebilen bir içerik olması önemli. |
| 8 | Youtube üzerinde eğitsel içerikli video üretmek için motivasyon kaynaklarınız nelerdir? | “Ben kablosuzkedi kanalını evim gibi görüyorum. Bazen çok yorgun olduğum zamanda bile kablosuzkedi için video çekme hissiyatı beni motive etmeye yetiyor” |

Tablo 4.9 incelendiğinde “kablosuzkedi” Youtube kanalının sahibi ve aynı zamanda bu kanalın içerik üreticisinin verdiği cevaplardan;

- Youtube haricinde VideoSınıf ve Udemy platformlarında da içerikler ürettiği,
- Youtube’u tercih sebebini, en çok internet trafiğine sahip video platformu olarak gördüğü,
- Youtube’a ürettiği eğitsel içeriklerin avantajını, bu platformdan güzel arkadaşlar edinebilmesi olarak ifade ettiği,
- Youtube’u genel olarak iyi bir platform olarak görmesi yanında arama ve kişiselleştirilmiş video önerilerinde iyileştirmeler yapılması gerektiği görüşünü savunduğu,
- Youtube’daki eğitsel videolarda, eğitmenin iyi bir anlatım dili ve eğlenceli anlatım ile birlikte bilgi düzeyi, ses tonu ve eğitim tekniğinin ideal video için önemli nitelikler olarak belirttiği,
- Youtube’a yönelik eğitim videolarını hazırlarken önceden söyleyeceklerini planlamadığını, spontane anlatımı sevdiği,
- Youtube üzerindeki eğitsel içerikli bir videonun ideal süresinin, videodaki odak süresine göre değişebileceğini belirttiği,
- Youtube kanalına eğitsel video içerikleri üretme motivasyonunu, kanalı kendi evi gibi görmesi olarak belirttiği

sonuçları bulunmuştur.

BÖLÜM 5

5 TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölüm, araştırmada elde edilen veriler ve bulgular doğrultusunda oluşan yorumları kapsamaktadır.

5.1 Tartışma ve Sonuç

Barry vd., (2015) yaptıkları araştırmada; öğrencilerin eğitsel video içerik platformu olarak %78 katılımı, tercih ettikleri platform Youtube olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca öğrencilerin bazı konuları öğretmenine sormak yerine, doğrudan Youtube'a başvurduğu görülmüştür (Barry vd., 2015). Genel olarak Youtube'un eğitsel amaçlı kullanımı ile bu kullanım deneyimi hakkında içerik izleyicilerin ve içerik üreticilerin görüşlerinin araştırıldığı bu çalışmada; "kablosuzkedi" Youtube kanalı 2020-2021 izleyicileri ve kanalın sahibi (içerik üreticisi) örnekleminde, geliştirilen veri araçları ile veriler toplanmış, yapılan içerik analizleri bulgular kısmında verilmiştir. Bu bulgular üzerinden çıkarılan sonuçlar ise aşağıda verilecektir.

Çevrimiçi eğitim içeriği sağlayan birçok platformun olduğu ve bu platformlardaki eğitsel içeriklerin; video, metin, ses, görsel vb. farklı biçimlerinde olduğu bilinmektedir. Ayrıca bu eğitsel içeriklerin, öğrenen üstünde birden fazla duyu organına hitap etmesi ve öğrenenle yeterli seviyede etkileşim sağlamasıyla daha kalıcı öğrenmeye sebep olabileceği de bilinmektedir (Yılmaz & Akkoyunlu, 2006). Kullanıcıların Youtube platformunu; ağırlıklı olarak bilgilenme amaçlı kullandığı, bunu da eğlenme amacının takip ettiği Youtube kullanım motivasyonlarına yönelik yapılan bir araştırmada görülmektedir (İlhan & Aydoğdu, 2019).

Bu bağlamda araştırmanın örneklemine zemin olan; eğitsel içeriklerin ücretsiz olarak üretim ve tüketiminin yapılabildiği Youtube platformu içerisindeki eğitsel ve eğitsel olmayan içeriklere katılımcıların harcadıkları süreler için iki soru yöneltilmiştir. Bu sorulardan birincisinde katılımcıların Youtube üzerinde genel kullanım için günlük harcadıkları süre, ikincisinde ise Youtube üzerindeki eğitsel içerikli videolara günlük harcadıkları süre sorulmuştur. Sonuçta katılımcıların, Youtube'u genel kullanım için harcadığı süre, katılımcıların %70.2'si için 0-3 saat aralığında olduğu ortaya çıkmıştır. Bu, eğitsel içerikler için harcadıkları süre için katılımcıların %93.7'si 0-3 saat aralığında cevap vermiştir. Çıkan bu sonuçla, İlhan ve

Aydoğdu'nun (2019) yaptıkları çalışma örtüşmektedir. Genel olarak Youtube kullanıcılarının kullanım motivasyonlarının incelendiği bu çalışmada; katılımcıların, %38.6'sının her gün Youtube kullandığı ve Youtube'u kullanım amaçlarının birincisi %25.3 ile “Bilgilenmek” amaçlı kullanım olmakla birlikte bunu %18.9 ile “Eğlenmek” takip etmektedir. İlgili araştırmadaki bu sonuçlar içinde, “bilgilenmek” amacının altında kullanıcıların birincil olarak “Merak Ettiğim Bir Konuyu/Yeniliği Öğrenmek İçin” alt amacıyla; ikincil olarak ise “Eğitici İçerikler İzlemek İçin” alt amacıyla videoları tercih etmektedirler. Benzer diğer bir çalışmada; Y kuşağı üzerine Youtube Kullanım Amaçları incelenmiş ve bu araştırmada da Youtube'un en fazla tercih edilen içerik türlerinde başlarda yine bilgilenme amacıyla Youtube kullanımı yer almaktadır (Arklan & Kartal, 2018). Ayrıca Moghavvemi vd. (2018), birçok öğrencinin akademik hayatındaki problemleri çözmek için ve olası soruları bulmak için Youtube'a güvendiklerini doğrulamıştır.

Araştırmanın konusunu içeren Youtube platformu haricinde eğitsel video içeriklere erişmek için kullanılan popüler birçok araç daha vardır. Katılımcılara, Youtube dışında eğitsel video içeriklere ulaştıkları platformlar hakkında soru yöneltirmiştir. Bununla birlikte katılımcılar üzerinden bulgular kısmında ortaya çıkan sonuçlar; katılımcıların Youtube dışında eğitsel video içeriklere erişmek için en sık tercih ettiği platform %61.3 oranla Udemy olduğu görölmüştür. Udemy platformunu %6.5 ile “Video Sınıf” platformu takip etmektedir. Katılımcıların Youtube gibi genel olarak farklı türde videoların paylaşılabildiği bir platformdan sonra tercih ettikleri iki platformun ikisi de sadece eğitsel içerikler barındıran platformlardır. Katılımcıların Youtube dışında eğitsel video içerikler için en çok tercih ettiği platformun Udemy olması, literatürdeki Kitlesele Açık evrimii Dersler (x-KAD) ismiyle; farklı nitelikte ve fazla sayıda öğrenenin kullanabildiği, ücretli veya ücretsiz, evrimii olarak erişebildiği, üzerinden sertifika alabildiği platformlar kapsamına girmektedir. Katılımcıların Diğer(%22.6) cevapları arasında da yer alan, Khan Academy yanında Udacity, EdX vb. platformların; bireylerin kişisel gelişime ve mesleki gelişimine olanak sağlaması sebebiyle, yaşam boyu öğrenme fırsatı sağladığı bilinmektedir (Gökmen vd., 2016; Kesim, 2014; Yamamoto & Altun, 2020).

Youtube üzerinde farklı türler içinde, farklı amaçlarla içerik yayınlayan kanallar bulunmaktadır. Bu kanalların, içerikleri amaçlarına göre değişmekle birlikte, araştırmanın üzerinde durduğu eğitsel içerikli Youtube kanallarının, eğitsel olmayan

kanallardan ayrılan farkları üzerine katılımcılara soru yöneltilmiştir. Bu soru ile katılımcıların Youtube'daki eğitsel kanalların nitelikleri hakkındaki görüşleri olarak;

- Sıkıcı olmayan anlaşılır ve akıcı anlatım,
- Eğitmenin alanında uzman ve konusuna hâkim olması,
- Düzenli olarak yayınlanan zengin içeriklerin oluşturulması,
- Videolar eğitim ilkelerine ve pedagojiye uygun olmalı,
- Videolar eğitim dışına kaymamalı ve ciddi olunmalı,
- Videoların ön hazırlıklı ve planlı yapılması,
- Özel konular üzerine “Nasıl yapılır?” sorusuna cevap vermeli,
- Yorumlar dikkate alınarak, videoların yorumlara göre şekillenmesi gerekir,
- Uygulamalı ve proje tabanlı eğitimler verilebilir,
- Videonun görüntü ve ses kalitesinin iyi olması gerekir,
- Video içeriğinin dayandığı kaynaklarının belirtilmesi ve doğruluğu kesin bilgiler vermesi gerekir,
- İçerikler ücretsiz olmalı,
- Video başlıkları daha düzenli olmalı,
- Videolar, izleyicilerin yaş seviyelerine göre kategorilere ayrılabilir,
- Kanallar ücretli içerik üretirse, kaliteleri artabilir,
- Aynı konunun, farklı öğrenme seviyelerine uygun farklı videoları olması gerekir

maddeleri çıkarılabilmektedir. Araştırmadaki ilgili soru ile ortaya çıkan bu sonuçlarla, benzer konular üzerine yapılan literatürdeki bazı araştırma sonuçları benzerlikler göstermektedir. Bae ve Baxter (2017) yaptıkları çalışmada; inceledikleri Youtube'daki konu alanında uzman kişiler ve kuruluşlar tarafından yapılan eğitsel videoların, uzman olmayanlar tarafından yapılan eğitsel videolara göre daha yararlı olduğunu belirtmişlerdir. Youtube vb. sosyal medya platformlarının yükseköğretimde eğitim için kullanımına yönelik bir çalışmada, bazı akademik disiplinlerin pedagojik olarak daha uygulanabilir olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte katılımcıların eğitsel Youtube videolarına yönelik eğitim ilkelerine ve pedagojiye uygunluklarının olması gerektiği düşüncesi için, eğitim kurumlarının, dijital yeterliliklerini sağladıkları eğitimcilerle Youtube platformunda pedagojik olarak yeterli içerikler üretmesinin, yükseköğretim kurumlarındaki öğrenme etkinliklerine fayda sağlayacağı söylenebilir (Manca &

Ranieri, 2016). Sonuçlardan, yorumların dikkate alınması ve yorumlara göre video içeriklerinin düzenlenmesi üzerine görüş ile Zhang vd. (2006) ve Vural (2013) çalışmalarındaki; etkileşimli videolar üzerinden öğrenme sağlayan öğrencilerin daha iyi öğrenme performansı ve daha yüksek memnuniyet elde ettiği sonuçları uyuşturmaktadır.

Youtube üzerindeki eğitsel videoları, kullanıcıların izlemeye başladıktan sonra bırakma veya devam etme sebeplerini öğrenmek amaçlı sorulan soru ile ortaya çıkan katılımcı görüşlerinden hareketle izleyicilerin Youtube'daki eğitsel içerikli videoları;

- Sıkıcı olmayan, akıcı, sade, anlaşılır ve düzenli bir anlatım olması,
- Eğitmenin alanındaki uzmanlığı ve konuya hâkimiyeti olması,
- Eğitmenin ses tonu, aksanı ve diksiyonun iyi olması,
- İçerik ve eğitim kalitesinin iyi olması,
- Seri olarak çekilenlerin düzenli olarak gruplanıp, sürekliliğin sağlanması,
- İlgi çekici bir konu içermesi,
- Görüntü ve ses kalitesinin yeterli seviyede olması,
- İstenilen içeriği ve bilgiyi sağlaması,
- Yüzeysel olmayan, yeterli bilgiler içermesi,
- Eksiksiz ve doğru bilgi içermesi,
- Video uzunluğunun çok fazla olmaması,
- Güncel bilgileri içerip, bu bilgilerin kullanılabilir olması,
- Çok fazla reklam içermemesi

nedenlerinden dolayı videoları izlemeye devam ettiği ortaya çıkmıştır. Bu önerilerde; videonun teknik kalitesi yanında, içerik ve anlatıcı niteliklerine yönelik önerilerde ortaya çıkmıştır. Eğitsel içerikli bir videonun; kaliteli, eksiksiz, kapsamlı bilgi içermesi gerektiği ve reklam ile ticari nitelikteki videoların yanıltıcı olabileceğine yönelik görüşler, katarak ameliyatı hakkında hasta eğitimi için Youtube videolarının kalitelerini inceleyen Bae ve Baxter (2017)'deki çalışmalarındaki sonuçlarla uyumluluk göstermektedir. Katılımcı görüşleri ile ortaya çıkan diğer bir konu ise eğitsel videoların düzenli şekilde gruplara ayrılmış, ön hazırlığı yapılmış planlı bir şekilde hazırlanması gerektiği önerisidir. Bu sonuçla; Akdemir'in (2008) çevrimiçi eğitimde planlama ve tasarım süreçlerinin, geleneksel eğitimdekinden daha fazla zaman ve teknolojik yeterlilik gerektirmesine rağmen, kalitenin artması için gerekli süreçler olduğu görüşü

uyuşmaktadır. Eğitmenlerin yeni teknolojik araçlarda ve teknolojilerde yeterli olmasının evrimii eğitimdeki kalitenin artmasında etkisi olduğu da bilinmektedir. Youtube’u uzaktan eğitim ortamı olarak kullanan Yükseköğretim kurumlarında, evrimii eğitim kalitesini arttırmak için evrimii eğitim kurs kalite standartlarının belirlenmesinin gerektiği görüşü vardır (Akdemir, 2008). Sonuçlardan Youtube’daki eğitsel videolardaki bilgilerin eksikliği ve yanlışlığı üzerine oluşan görüşle; prostat kanseri üzerine yapılan 6 milyondan fazla izleyiciye ulaşan videoların incelendiği ve bu videolarda veya videoların yorumlarında potansiyel yanlış bilgilendirmeler ve önyargılı içerikler olduğu sonucu uyuşmaktadır (Loeb vd., 2019). Katılımcıların Youtube’da eğitsel içerikli videolar izlemeye devam etme sebebi olarak başlıca ne çıkan “Sıkıcı olmayan, akıcı, sade, anlaşılır ve düzenli bir anlatım olması” ile “Eğitmenin ses tonu, aksanı ve diksiyonun iyi olması” görüşleri; matematik eğitiminde dijital hikâye anlatıcılığının kullanımı için hazırlanan senaryolu, planlanmış bir dijital öykü ile etkili ve dikkat çekici bir video eğitsel materyali ortaya çıkabileceği sonucu ile uyuşmaktadır. Ayrıca yine aynı çalışmada hikâye anlatıcılığında önemli olan; ses ile görüntüyü anlamlandırma, işitsel ve görsel dengenin oluşması faktörleri ile katılımcı görüşleri uyuşmaktadır (Dreon vd., 2011). Youtube’daki eğitsel videoları izlemeye devam etme sebebi olarak; içerik kalitesinin, görüntü ve ses kalitesine göre daha fazla tercih edilmesi ile İlhan ve Aydoğdu’nun (2019) yaptıkları çalışmadaki sonuçlarla da uyuşmaktadır.

Katılımcıların, Youtube platformunda yaşadığı sorunları belirlemek amaçlı sorulan ve bulgular bölümünde ortaya çıkan, katılımcıların Youtube hakkındaki olumlu-olumsuz görüşlerinden başlıcaları aşığıdaki şekilde sıralanabilir;

- Fazla reklam gösterimi,
- Eksiksiz, iyi bir video platformu,
- Sürekli Youtube Premium önerisinde bulunması,
- Yorumlardaki denetimsizlik, seviyesizlik ve zorbalık,
- Video içerikleri ile video etiketlerinin uyumsuz olması,
- Bilgi doğruluğu ve içerik kontrolü olmadan herkesin içerik üretilip yayınlatabilmesi,
- Önerilen videolar kısmının düzgün çalışmaması,
- Görüntü kalitesi kötü videolar,
- Eklenti kullanmadan arka planda çalışma özelliğinin olmaması

İlhan ve Aydoğdu (2019) yaptıkları çalışmada, Youtube'daki başlıca sorunun fazla reklam gösterimi olması yanında içerik denetimsizliği de bir sorun olarak görülmektedir. Ayrıca video içeriklerde, içerik kadar olmasa da önemli bir diğer faktör görüntü olarak belirtilmiştir. Bu araştırmanın sonuçları ile katılımcı görüşlerindeki fazla reklam gösterimi ve Youtube'un sürekli Premium önermesi, video kalitesi sonuçları örtüşmektedir. Youtube'daki videolardaki bilgi kirliliği sebebiyle, içerik kontrol ve denetiminin gerekliliği üzerine çıkan sonuçla; ReFaey vd. (2018) alışmasındaki, Youtube'daki bilgilendirici videoların, ilgili konu uzmanları tarafından filtreleme ve denetleme işlemine tabii tutulması gerektiği sonucu uyuşmaktadır. Youtube'daki eğitsel videoların güvenirliğinin ve kalitesinin doğrulanması gerektiği görüşünü Jones ve Cuthrell (2011) de öne srmiştir. Bu sonuçlardan katılımcıların belirttiği “nerilen videolar kısmının düzgün çalışmaması” nerisi ile aynı sonucu gösteren çalışma literatürde bulunamamıştır. Bunun yanında literatürde Youtube'un video öneri sistemi hakkında birçok çalışma bulunmaktadır. Youtube'daki diğer içeriklerde olduğu gibi eğitsel video içerik üreticileri de daha fazla renene ulaşmak için Youtube'daki içerik öneri sistemini anlayıp, ona göre içeriklerine düzenlemesi gerekir. Bu durum izleyiciler için de geçerlidir. İzleyiciler, kendilerine uygun ve ihtiyaç duydukları içeriklere ulaşmak ister. Bunu sağlamak için Youtube'un içerik öneri algoritmasını anlamak önemlidir. Çünkü neriler kısmında çıkan videonun konumunun tıklamada önemli rol oynadığı bilinmektedir. Ayrıca ilgili videolar öneri kısmı ile aramalar videoların birincil görüntülenme kaynağıdır (Zhou vd., 2010). Youtube'daki içerik öneri sisteminin etkilendiği farklı kriterler, literatürdeki birçok çalışmada geçmektedir. Literatürde bu konu ile ilgili çalışmalardan ortaya çıkan içerik gösterme kriterlerinden bazıları sıralanacak olursa; tıklanmaya kıyasla videonun oransal olarak izlenme süresinin ne çıkmasında daha etkili olduğu (Covington vd., 2016), video etiketlerinin aramalarda, önerilerde ve videonun kategorilendirilmesinde önemli rol oynadığı (Toderici vd., 2010), kullanıcının beğendiği ve fazlaca izlediği türlerin kullanıcıya özel önerilerde etkili olduğu (Davidson vd., 2010) görülmektedir. Youtube neri sistemi üzerine literatürdeki bu çalışmaların çoğunluğu Youtube'un bir üst firması olan Google çatısı altında, Google alışanları tarafından yapılan çalışmalar olduğu görülmektedir. Bu çalışmalardaki etiketler ile içeriklerin uyumu, video öneriler kısmının çalışma biçimi hakkındaki sonuçlar ile katılımcı görüşlerinde çıkan bazı sonuçlar uyuşmaktadır.

Youtube üzerindeki eğitsel videoların nitelikleri hakkında katılımcıların beklentilerinden fazla tercih edilenler aşağıda sıralanmıştır.

- Sıkıcı olmayan akıcı, açık ve anlaşılır bir anlatım olmalı,
- Eğitmenin konuya hâkim olmalı,
- Ses ve video kalitesinin yeterli seviyede olmalı
- Videolar seri şeklinde iste süreklilik olmalı ve seriler tamamlanmalı,
- Eğitsel video içeriğindeki konunun yarıda bırakılmadan yeteri kadar detaylı şekilde anlatılması,
- Görsel ve animasyon kullanılarak bir anlatım olmalı,
- Videolar, izleyici gözünden tasarlanmalı,
- Videolardan önce ön hazırlık ve plan yapılmalı,
- Farklı öğrenme seviyelerine göre farklı videolar hazırlanmalı,
- Youtube'un eğitsel videoları kontrol etmesi ve kategorilendirmesi gerekir,
- Videolar konusu üzerine konsantre ve öz bilgi içermeli,
- Videoların başlangıcında videonun seyri için bir perspektif verilmeli,
- Videolardaki eğitim kalitesinin iyileşmesi için, eğitsel içeriklere yönelik ücretli üyelik sistemi yapılabilir,
- Video başlığı ve açıklaması anlaşılır ve düzenli olmalı,
- Eğitim video serilerinin ileri seviye konulara gelmeden temel seviye konularda bitmemeli,
- Eğitsel videolardaki içeriklerin, materyal tasarım ilkelerine uygun olarak hazırlanması gerekir.

Katılımcı görüşleri ile ortaya çıkan bu öneriler ile literatürdeki bu sonuçlar ile ilgili çalışmalar tekrar incelenmiştir. Youtube'u bir multimedya öğretim aracı olarak değerlendirildiğinde, içerisindeki eğitsel videolardaki görsel ve metinlerin birbirine yakın bütüncül olarak tasarlanmış olmasının daha derin öğrenmeye sebep olduğu bilinmektedir (Johnson & Mayer, 2012; Sung & Mayer, 2012). Bu sonuç ile katılımcıların önerilerindeki görsel ve animasyon kullanımı arasında bir ilişki kurulduğunda, videolardaki eğitsel içeriklerdeki görsel ve metin içeriklerinin düzenli ve tasarım ilkelerine uygun kullanımının olumlu sonuçlar doğurabileceği söylenebilir.

Eğitsel bir sunumdaki ilginç detaylar arttıkça öğrenmede bilişsel işlemede uzaklaştığı ve öğrenmenin azaldığı bilinmektedir. Bu durum ile araştırmada çıkan Youtube'daki eğitsel videoların nitelikleri hakkındaki sonuçlardan; video içeriğinin öz ve konsantre bilgi olması gerektiği görüşü, spesifik konular üzerine odaklı videoların olması görüşü uyuşmaktadır (Mayer vd., 2008). Soru olmayan yani etkileşimsiz eğitsel video platformlarına göre Soru Gömülü Etkileşimli Video Ortamının(QVE) öğrenenlerde öğrenmeyi teşvik ettiği ve videoda harcanan süreyi iyileştirdiği bilinmektedir (Vural, 2013). Bununla birlikte Volery ve Lord (2000), çevrimiçi eğitimde başarı faktörü olarak; kullanılan aracın ara yüz tasarımı ve etkileşim düzeyi; eğitmenin tutumu, teknik yeterliliği ve etkileşim maddelerini sunmuştur. Bu araştırmalar ile katılımcıların Youtube üzerindeki eğitsel içerikli videolara yönelik önerileri ve videolardan beklentilerinden çıkan; izleyicilerin gözünden içerik tasarımı olmalı, izleyicilerle yeterli seviyede etkileşim olmalı, içeriklerde tasarım ilkelerine uyulmalı önerileriyle benzerlik göstermektedir. Bu sonuç hakkında Çevrimiçi Öğrenmede Teori ve Pratik kitabındaki “Teaching In An Online Learning Context“ adlı makalede, çevrimiçi eğitimde ve sınıf için eğitimde kritik üç noktanın önemli olduğu vurgulanmıştır. Bunlar; tasarım ve organizasyon, anlaşılır söylem, doğrudan öğretim. Kritik olarak belirtilen bu üç nokta ile katılımcı görüşlerinden ortaya çıkan sonuçlar örtüşmektedir (Paulsen, 2004).

Youtube'daki eğitsel içerikli videoların süreleri hakkında katılımcı görüşlerinden ortaya çıkan sonuçlar yorumlandığında, eğitsel içerikli videoların (%40.8) 5-30dk arası olması gerektiği görüşüdür. Ayrıca videoların konulara bölünmüş olarak 10-20dk aralığında birden fazla video olarak yayınlanması gerektiği görüşünün yanında farklı ifadelerinde yer aldığı görülmüştür. Bu sonuç ile literatürdeki bazı çalışmalar uyuşmaktadır. Kitlesele açık çevrimiçi ders (MOOC) videolarındaki kurguların, öğrenci katılımlarına etkisinin incelendiği bir çalışmada; videoların uzunluğunun 6 dakikadan az olması etkileşimi %100'e kadar çıkardığı fakat normal etkileşimin ve katılımın olduğu bir video için maksimum 6-9dk aralığı uzunluğun yeterli olacağı ortaya çıkmıştır. Yine aynı çalışmada eğitsel videolarda; hızlı konuşan ve enerjik eğitmenlerin daha yüksek etkileşime sebep olduğu; anlatıcının videoda yüzünün görünmesinin monotonluğu kırdığı, izleyicilerde samimi ve özel hissettirdiği belirtilmiştir. Bu çalışmada öğrencilerin eğitici (tutorial) videolarda belirli yerlerinde duraklatsalar da, ders videolarında genelde duraklatma yapmadıkları görülmüştür. Bu durum ile araştırmada

ortaya çıkan öneriler uyuşmakta ve büyük eğitici videoların parçalar halinde adım-adım videolara dönüştürülebileceğini ortaya çıkarmaktadır (Brame, 2015; Guo vd., 2014). Eğitsel videolarda akıcı, sade ve günlük dilin kullanımının, öğrencilerin öğrenmelerine ve katılımına olumlu etkisi olduğu durumu da ortaya çıkan önerilerdeki en fazla katılıma sahip olan “Sıkıcı olmayan, sade, açık ve anlaşılır bir anlatım olmalı” maddesi ile uyuşmaktadır. Eğitsel içerikte görseller ve animasyonların kullanımı ile iyi örneklerin verilmesinin öğrenmede ve katılımı olumlu etkisinin olduğu bilinmektedir. Literatürdeki bu yargı ile sonuçlardaki görsel ve animasyon kullanımı, tasarım ilkeleri anahtar kelimelerini barındıran katılımcı görüşleri uyuşmaktadır (Brame, 2015).

Youtube üzerinde eğitsel içerik üreten ve araştırmanın örneklemini olan kanalın içerik üreticisinin görüşleri bulgular kısmında listelenmiştir. Bu görüşler ile eğitsel içerik izleyicisi olarak, ilgili kanalı izleyen katılımcıların görüşlerinde; Youtube üzerindeki eğitsel içerikler hakkında benzer görüşlerin olduğu görülmektedir. Youtube haricinde eğitsel içerik üreticinin de izleyiciler gibi, Youtube dışında eğitsel video içeriklere ulaştıkları platformların başlıcaları ortak çıkmıştır. Bunlar Udemy ve Video Sınıf platformudur. Video Sınıf platformunun izleyicilerde ve kanal sahibinde aynı çıkmasının, Video Sınıf platformunun kurucusu ve sahibinin kanal sahibinin olmasının rol oynayabileceği göz ardı edilmemelidir. Youtube platformu seçme sebebi olarak kanal sahibinin en fazla trafiğe sahip olması cevabı ile literatürde Youtube’un dünyadaki en büyük video barındırma hizmeti olması ve kullanım trafikleri hakkındaki çalışmalar ile uyuşmaktadır (Gill vd., 2007; Hoßfeld vd., 2013; Ragimova vd., 2019; Snickars & Vonderau, 2009). Kanal sahibinin düzenli içerik üretildiğinde izleyicilerin attığını belirtmesi ile izleyicilerin düzenli, yarıda bırakılmadan içerik üretilmesi gerektiğini hakkındaki görüşleri birbirine uyuşmaktadır. Kanal sahibi ve izleyenlerin görüşlerinin benzerlik gösterdiği diğer görüşler aşağıda listelenmiştir;

- Youtube’un kendisinin sorunsuz, iyi bir platform olduğu görüşü,
- Eğitsel bir videoyu izlemeye devam etme sebepleri olarak; ses tonu, akıcı konuşma, eğitmenin bilgi düzeyi görüşleri,
- Sıkıcı olmayan, dikkat çeken eğlenceli bir anlatım olması gerektiği görüşü,
- Eğitsel videonun ideal süresi hakkında izleyiciler ile eğitmen görüşü.

5.2 Öneriler

Bu bölümde araştırmanın sınırlılıkları, bulguları ve sonuçları temel alınarak oluşan öneriler iki başlık altında verilmiştir.

5.2.1 Yapılacak Benzer Çalışmalara Yönelik Öneriler

- Bu çalışmada, Youtube üzerindeki eğitsel içerik kanallarının izleyicileri ve kanal içerikleri üreticileri evren olarak alınmıştır. Fakat ekonomik olarak uygulanabilir örneklem yeteri kadar geniş bir kapsama ulaşamamıştır. Bundan dolayı yapılacak benzer çalışmalarda, daha fazla eğitsel içerik üreticisi ve izleyicisine ulaşarak daha kapsamlı bir çalışma yapılabilir.
- Katılımcı cevaplarından, görüşme formundaki sorulardan bazılarının yanlış anlaşıldığı görülebilmektedir. Örneğin, eğitsel içerik izleyicisi katılımcılara yöneltilen “Youtube haricinde eğitsel video içeriklere ulaştığınız platformlar var mı?” sorusuna verilen cevaplarda, sadece yazılı ve görsel içerik barındıran eğitsel içerik platformlarının isminin geçtiği görülmüştür.
- Araştırmadaki sınırlılıklardan ve uygunluktan dolayı seçilen nitel yöntem yerine, Youtube'daki daha fazla eğitsel içerikli kanaldan izin alınıp, daha kapsamlı olması için amaca uygun olarak bir ölçek geliştirme çalışması yapıp, uygulanabilir.
- Kanal sahibi ve içerik üreticiye yönelik oluşturulan form ile izleyicilere yöneltilen form arasındaki ilişkinin daha fazla olması sağlanabilir. Bu durumla izleyici ve kanal sahibinin görüşleri arasında daha ilişkili çıkarımlar yapılabilir.

5.2.2 Uygulamaya Yönelik Öneriler

- Araştırmada sonucunda ortaya çıkan ve literatürle de benzerlik gösteren sonuçlarla, eğitsel içerikli videoların süresi ve planlamasının önemli olduğu görülmüştür. Bu nedenle, videoların önceden planlanmış ve süresinin sınırlandırılmış olması gerekir.
- Eğitsel video anlatıcısının, eğitim verdiği konu ile ilgili yeterli düzeyde uzmanlığı olması gerekir. Ayrıca eğitim tekniklerinin kullanımı, öğrenmede etkinliği artırabilir.
- Eğitsel videoda; açık, sade ve dikkat çeken bir anlatım olması gerekir.
- Eğitsel videonun ses ve görüntü kalitesinin yeterli düzeyde olması gerekir.
- Eğitsel videolarda görsel ve animasyonlar aktif olarak kullanılabilir.

- Eğitsel video başlangıcında, videonun genel çerçevesi çizilebilir.
- Eğitsel video içeriğinde anlatılanların doğruluğu ispatlanabilmeli ve içerik hazırlanırken yararlanılan kaynakların açıklamalar bölümünde belirtilmesi gerekir.
- Videoda anlatılan konu yarıda bırakılmamalı yeteri kadar derinliği olmalıdır. Ayrıca bu durum üzerinde video belirli bir uzunluğu aşıyorsa video parçalara bölünüp, video listesi şeklinde yayınlanmalıdır.
- Eğitsel video içerik üreticileri, izleyicilerin dikkatini dağıtacak ve videonun ana konusundan uzaklaştıracak kadar çok reklam yayınlamaktan ve ürün yerleştirmeden kaçınılmalıdır.
- Aynı konu üzerinde, farklı öğrenme düzeylerine uygun farklı videolar hazırlanabilir.
- Eğitsel içerik üreten kanal sahipleri Youtube katıl özelliğini kullanarak, daha profesyonel içerikler üretebilmek için kendilerine motivasyon sağlayabilirler.
- Eğitsel videoların; özel bir konu üzerine nasıl yapılır şeklinde olması, hedef eğitsel video izleyicilerine doğrudan ulaşmayı sağlayabilir.
- Eğitsel videoların; sürekli ve düzenli olarak üretilmesi ve yayınlanması, ilgili kanalın daha hızlı kitle büyümesine fayda sağlayabilir.
- Youtube platformu, üzerindeki eğitsel videoları kontrol ve kategorilendirme sistemiyle düzenleyerek eğitsel izleyicilerinin istedikleri videolara daha kolay şekilde erişmelerine olanak sağlayabilir.
- Youtube'daki eğitsel videoların süresi hakkında katılımcıların ağırlıklı görüşlerinden hareketle, 10-15dk aralığının ideal süre çerçevesi olabileceği söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, O. (2008). Teaching in online courses: Experiences of instructional technology faculty members. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 9(2), 97–108. <https://doi.org/10.17718/tojde.74511>
- Akınç, S. (2019). *Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Youtube Kanallarını İzleme Motivasyonları*. Gazi Üniversitesi.
- Akkoyunlu, B., & Yılmaz, M. (2005). Türetimci çoklu ortam öğrenme kuramı. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(28), 9–18. <http://dergipark.org.tr/tr/pub/hunefd/issue/7808/102415>
- Aksoy, M. (2012). Kavram olarak hayat boyu öğrenme ve hayat boyu öğrenmenin Avrupa Birliği serüveni. *Bilig*, 64(64), 23–48. <http://dergipark.org.tr/en/pub/bilig/issue/25367/267740>
- Albayrak, E., & Kırıyıcı, M. (2017). Computer Education and Instructional Technologies Department Students' Web 2.0 Tools Use Cases According to Personality Types. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 8(3), 481–512. <https://doi.org/10.16949/turkbilmat.289140>
- Alp, Y., & Kaleci, D. (2018). YouTube Sitesindeki Videoların Eğitim Materyali Olarak Kullanımına İlişkin Öğrenci Görüşleri. *International Journal of Active Learning*, 3(1), 57–68. <https://dergipark.org.tr/ijal/issue/35833/373837>
- Ardıç, E., & Altun, A. (2017). Dijital Çağın Öğreneni. *Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi (IJONASS)*, 1(1), 12–30. <http://dergipark.org.tr/tr/pub/sbyy/issue/34271/374055>
- Arık, G., & Seferoğlu, S. S. (2015). Blogların e-Öğrenmede Rolü. *Akademik Bilişim*, 4–6.
- Arklan, Ü., & Kartal, N. Z. (2018). Y Kuşağının İçerik Tüketicisi Olarak Youtube Kullanımı: Kullanım Amaçları, Kullanım Düzeyleri ve Takip Edilen İçerikler Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 929–965.
- Ata, A., & Atik, A. (2016). Alternatif Bir Eğitim-Öğretim Ortamı Olarak Video Paylaşım Siteleri: Üniversitelerdeki Youtube Uygulamaları. *Social Sciences*, 11(4), 312–325. <https://dergipark.org.tr/nwsasocial/issue/24580/260212>
- Atik, A., & Ata, A. (2018). Alternatif Dijital Eğitim Platformu Olarak Kitleleşmiş Çevrimiçi Açık Ders (Mooc) Uygulamaları. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 13(4), 144–154. <https://doi.org/10.12739/nwsa.2018.13.4.3c0178>
- Aydın, C., & Biroğul, S. (2008). E- Öğrenmede Açık Kaynak Kodlu Öğretim Yönetim Sistemleri ve Moodle. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 1(2). <https://arastirmax.com/tr/system/files/dergiler/32112/makaleler/1/2/arastirmax-e-ogrenmede-acik-kaynak-kodlu-ogretim-yonetim-sistemleri-moodle.pdf>

- Aytekin, Ç. (2011). Wiki Uygulamalarına İletişimsel Yaklaşım İle Bir Model Önerisi. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 2(5), 7–17. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2011.4.001.x>
- Baddeley, A. (1992). Working Memory. *Science*, 255(5044), 556–559. <https://doi.org/10.1126/science.1736359>
- Bae, S. S., & Baxter, S. (2017). YouTube videos in the English language as a patient education resource for cataract surgery. *International Ophthalmology*. <https://doi.org/10.1007/s10792-017-0681-5>
- Barry, D. S., Marzouk, F., Chulak-Oglu, K., Bennett, D., Tierney, P., & O’Keeffe, G. W. (2015). Anatomy education for the YouTube generation. *Anatomical Sciences Education*, 9, 90–96. <https://doi.org/10.1002/ase.1550>
- Brame, C. J. (2015). Effective Educational Videos. *Vanderbilt University Center for Teaching*, 1–8. <http://cft.vanderbilt.edu/guides-sub-pages/effective-educational-videos/>
- Burke, S. C., & Snyder, S. L. (2008). YouTube : An Innovative Learning Resource for College Health Education Courses An Overview of YouTube Using YouTube in Higher Education. *International Electronic Journal of Health Education*.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Erkan Akgün, Ö., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2018). Bilimsel araştırma yöntemleri. İçinde *Pegem Akademi* (24. baskı). Pegem Akademi. <https://doi.org/10.14527/9789944919289>
- Çakmak, E. K. (2007). Çoklu Ortamlarda Dar Boğaz: Aşırı Bilişsel Yüklenme. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27(2), 1–24.
- Casas, P., Schatz, R., & Hossfeld, T. (2013). Monitoring YouTube QoE: Is Your Mobile Network Delivering the Right Experience to your Customers? *IEEE Wireless Communications and Networking Conference, WCNC*, 1609–1614. <https://doi.org/10.1109/WCNC.2013.6554804>
- Çelen, F. K., Çelik, A., & Seferoğlu, S. S. (2011). Yükseköğretimde çevrim-içi öğreme: sistemde yaşanan sorunlar ve çözüm önerileri. *Journal of European Education*, 1(1), 25–34. http://yunus.hacettepe.edu.tr/~sadi/yayin/JEE_Celen_Celik_Seferoglu.pdf
- Çelik, S., Şenocak, E., Bayrakçeken, S., Taşkesenligil, Y., & Doymuş, K. (2005). Aktif Öğrenim Stratejileri Üzerine Bir Derleme Çalışması. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11, 155–185. <http://dergipark.gov.tr/ataunikkefd/issue/2772/37083>
- Chintalapati, N., & Daruri, V. S. K. (2017). Examining the use of YouTube as a Learning Resource in higher education: Scale development and validation of TAM model. *Telematics and Informatics*, 34(6), 853–860. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.008>
- Chua, A., & Lam, W. (2007). Quality assurance in online education: The Universitas 21 Global approach. *British Journal of Educational Technology*, 38(1), 133–152.

<https://bera-journals.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8535.2006.00652.x>

- Çiçek, M. (2018). Youtuber Videoları: Kim, Nerede, Ne Zaman, Nasıl, Neden İzler. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 163–170. <https://dergipark.org.tr/asead/issue/41013/495623>
- Clifton, A., & Mann, C. (2011). Can YouTube enhance student nurse learning? *Nurse Education Today*. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2010.10.004>
- Collis, B., & Moonen, J. (2002). Flexible Learning in a Digital World. *International Journal of Phytoremediation*, 17(3), 217–230. <https://doi.org/10.1080/0268051022000048228>
- Covington, P., Adams, J., & Sargin, E. (2016). Deep Neural Networks for HDR imaging. *RecSys '16*, 191–198. <http://dx.doi.org/10.1145/2959100.2959190>
- Dailymotion. (2020). *Dailymotion About*. Dailymotion. <https://www.dailymotion.com/us/about>
- Davidson, J., Liebald, B., Liu, J., Nandy, P., & Van Vleet, T. (2010). The YouTube video recommendation system. *RecSys'10 - Proceedings of the 4th ACM Conference on Recommender Systems*, 293–296. <https://doi.org/10.1145/1864708.1864770>
- Dede, C. (1996). The evolution of distance education: Emerging technologies and distributed learning. *International Journal of Phytoremediation*, 21(1), 4–36. <https://doi.org/10.1080/08923649609526919>
- Demir, E. (2014). UZAKTAN EĞİTİME GENEL BİR BAKIŞ. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 39, 203–212. http://birimler.dpu.edu.tr/app/views/panel/ckfinder/userfiles/17/files/DERG_/39/203-212.pdf
- Dereli, B. (2013). *Yeni Medya Olarak Çevrimiçi Video Portalları Ve Video Portallarının İncelenmesi*.
- Dreon, O., Kerper, R. M., & Landis, J. (2011). Digital Storytelling: A Tool for Teaching and Learning in the YouTube Generation. *Middle School Journal*, 42(5), 4–10. <https://doi.org/10.1080/00940771.2011.11461777>
- Duisembekova, Z. (2014). *The Use of English Songs On Youtube to Teach Vocabulary to Young Learners*. Gazi University.
- Duncan, I., Yarwood-Ross, L., & Haigh, C. (2013). YouTube as a source of clinical skills education. *Nurse Education Today*, 33(12), 1576–1580. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2012.12.013>
- Durak, H., & Seferoğlu, S. S. (2016). Türkiye’de sosyal medya okuryazarlığı ve sosyal ağ kullanım örüntülerinin incelenmesi. *Journal of International Social Research*, 9(46), 526–535.

- Elmas, R., & Geban, Ö. (2012). Web 2.0 Tools for 21st Century Teachers. *International Online Journal of Educational Sciences*, 4(1), 243–254. http://www.iojes.net/userfiles/Article/IOJES_795.pdf
- Gill, P., Arlitt, M., Li, Z., & Mahanti, A. (2007). YouTube traffic characterization: A view from the edge. *Proceedings of the ACM SIGCOMM Internet Measurement Conference, IMC*, 15–28. <https://doi.org/10.1145/1298306.1298310>
- Gök, B., Kırık, A. M., & Akşit, M. (2019). Y ve Z Kuşağı'nın Youtube Kullanım Alışkanlıkları. *Academic Social Studies*, 10, 77–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.31455/asya.632613>
- Gökmen, Ö. F., Duman, İ., & Horzum, M. B. (2016). Uzaktan eğitimde kuramlar, değişimler ve yeni yönelimler. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi AUAd*, 2(3), 29–51.
- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., & Madran, O. (2010). Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanılması. *XV. Türkiye'de İnternet Konferansı*.
- Guo, P. J., Kim, J., & Rubin, R. (2014). How Video Production Affects Student Engagement: An Empirical Study of MOOC Videos. *SIGCHI Conference Proceedings*.
- Güzel, B. B., Çakır, H., & Çelen, Y. (2020). Youtube Üzerinden Video Destekli Keman Öğretimine İlişkin Öğrenci Görüşleri. *Bilim, Eğitim, Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 4(1), 31–43.
- Holland, M. (2016). How YouTube Developed into a Successful Platform for User-Generated Content. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 7(1), 53–64. https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/kapitel-pdf/04_holland.pdf?file=1&type=node&id=39126&force=%0Ahttps://www.nordicom.gu.se/en/publikationer/young-creative
- Hoßfeld, T., Schatz, R., Biersack, E., & Plissonneau, L. (2013). Internet Video Delivery in YouTube: From Traffic Measurements to Quality of Experience. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 7754(Section 2), 264–301. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-36784-7-11>
- İç, C. (2017). *Video İçerik Üretimi Sağlayan Sosyal Ağ Sitelerinde Video Üretimi: Youtube Türkiye'de Video Üretimi İçerik Analizi*. Kocaeli Üniversitesi.
- İlhan, E., & Aydoğdu, A. G. (2019). Youtube Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonlarının İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1130–1153.
- İşman, A., & Albayrak, E. (2014). Sosyal Ağlardan Facebook'un Eğitime Yönelik Etkililiği. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 129–138.
- Jaggars, S. S., & Bailey, T. (2010). Effectiveness of Fully Online Courses for College Students: Response to a Department of Education Meta-Analysis. *Community Collage Research Center*, July, 18.

http://ccrc.tc.columbia.edu/DefaultFiles/SendFileToPublic.asp?ft=pdf&FilePath=c:%5CWebsites%5Cccrc_tc_columbia_edu_documents%5C332_796.pdf&fid=332_796&aid=47&RID=796&pf=Publication.asp?UID=796

- Johnson, C. I., & Mayer, R. E. (2012). An eye movement analysis of the spatial contiguity effect in multimedia learning. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 18(2), 178–191. <https://doi.org/10.1037/a0026923>
- Jones, T., & Cuthrell, K. (2011). YouTube: Educational potentials and pitfalls. *Computers in the Schools*, 28(1), 75–85. <https://doi.org/10.1080/07380569.2011.553149>
- Kabilan, M. K., Ahmad, N., & Abidin, M. J. Z. (2010). Facebook: An online environment for learning of English in institutions of higher education? *Internet and Higher Education*, 13(4), 179–187. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2010.07.003>
- Karataş, E. (2018). Moodle Öğrenme Yönetim Sistemi için Ethereum Blok Zinciri Tabanlı Belge Doğrulama Akıllı Sözleşmesinin Geliştirilmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 11(4), 399–406. <http://static.dergipark.org.tr:8080/article-download/abac/1661/d431/5bd8c8810e502.pdf>
- Kesim, E. (2014). Kitlese Açık Çevrimiçi Derslerin Kullanımına İlişkin Uzaktan Eğitim Uzmanlarının Görüşleri Perceptions of Distance Education Experts Regarding the Use of MOOCs. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 5(4), 62–86.
- Küçükıylmaz, Y. (2016). *Multimedya ve Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanarak Alan İngilizcesinin Kara Harp Okulunda Öğretilmesi: Bir Youtube Çalışması*.
- Kurt, A. A., Günüç, S., & Ersoy, M. (2013). Dijitalleşmede Son Durum: Dijital Yerli, Dijital Göçmen ve Dijital Göçebe. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 46(1), 1–22.
- Kuyucu, M. (2019). Y Kuşağı ve Youtube: Y Kuşağının Youtube Platformunu Kullanım Amaçları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(63), 1107–1121.
- Lam, N. H. T., & Woo, B. K. P. (2020). YouTube as a New Medium for Dementia Education Among Chinese Americans. *Community Mental Health Journal*, 56(3), 435–439. <https://doi.org/10.1007/s10597-019-00493-7>
- Lee, D. Y., & Lehto, M. R. (2013). User acceptance of YouTube for procedural learning: An extension of the Technology Acceptance Model. *Computers and Education*, 61, 193–208. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.10.001>
- Loeb, S., Sengupta, S., Butaney, M., Macaluso, J. N., Czarniecki, S. W., Robbins, R., Braithwaite, R. S., Gao, L., Byrne, N., Walter, D., & Langford, A. (2019). Dissemination of Misinformative and Biased Information about Prostate Cancer on YouTube. *European Urology*, 75(4), 564–567. <https://doi.org/10.1016/j.eururo.2018.10.056>
- Logan, R. (2012). Using YouTube in Perioperative Nursing Education. *AORN Journal*,

95(4), 474–481. <https://doi.org/10.1016/j.aorn.2012.01.023>

- Manca, S., & Ranieri, M. (2016). Facebook and the others. Potentials and obstacles of Social Media for teaching in higher education. *Computers and Education*, 95, 216–230. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.01.012>
- Mayer, R. E., Griffith, E., Jurkowitz, I. T. N., & Rothman, D. (2008). Increased Interestingness of Extraneous Details in a Multimedia Science Presentation Leads to Decreased Learning. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 14(4), 329–339. <https://doi.org/10.1037/a0013835>
- Menteşe, M. (2013). Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerin Görüşleri [Hacettepe Üniversitesi]. İçinde *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı*. <http://www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11655/1783/f5b87b54-cfcf-4449-9e1a-510a81aaf1d7.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Michael, G. M. (1991). Editorial: Distance Education Theory. *American Journal of Distance Education*, 5(3), 1–6. <https://doi.org/10.1080/08923649109526758>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. SAGE.
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A., Jaafar, N. I., & Kasem, N. (2018). Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of youtube. *International Journal of Management Education*, 16(1), 37–42. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2017.12.001>
- Motte, K. (2013). Strategies for online educators. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 14(2), 258–267. <https://doi.org/10.17718/tojde.13058>
- Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *IEEE Computer Society*, 9(4), 34–41. <https://doi.org/10.1109/MITP.2007.78>
- Nazlı, E. (2019). *Yaygın Din Eğitimi Bağlamında Yayınlanan Dini İçerikli Programların İncelenmesi “Televizyon Ve Youtube Kanallarının İçeriklerinin İncelenmesi Ve Karşılaştırılmaları Ekseninde”*. Marmara Üniversitesi.
- Odabaşı, H. F., Mısırlı, Ö., Günüç, S., Timar, Z. Ş., Ersoy, M., Som, S., Dönmez, F. İ., Akçay, T., & Erol, O. (2012). Eğitim için Yeni Bir Ortam: Twitter. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 66(January), 37–39. <http://static.dergipark.org.tr:8080/article-download/imported/5000110000/5000102328.pdf>
- Orús, C., Barlés, M. J., Belanche, D., Casaló, L., Fraj, E., & Gurrea, R. (2016). The effects of learner-generated videos for YouTube on learning outcomes and satisfaction. *Computers and Education*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.01.007>
- Öztürk, S. (2016). Bloglarda Uzaktan Öğrenme. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 323–328.

- Paivio, A. (1991). Dual coding theory: Retrospect and current status. *Canadian Journal of Psychology/Revue canadienne de psychologie*, 45(3), 255–287. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/h0084295>
- Paulsen, M. (2004). Theory and Practice of Online Learning. İçinde A. Terry & F. Elloumi (Ed.), *The International Review of Research in Open and Distributed Learning* (C. 5, Sayı 3). Athabasca University. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v5i3.200>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Ragimova, K., Loginov, V., & Khorov, E. (2019). Analysis of YouTube DASH Traffic. *2019 IEEE International Black Sea Conference on Communications and Networking, BlackSeaCom 2019*, 1–5. <https://doi.org/10.1109/BlackSeaCom.2019.8812782>
- ReFaey, K., Tripathi, S., Yoon, J. W., Justice, J., Kerezoudis, P., Parney, I. F., Bendok, B. R., Chaichana, K. L., & Quiñones-Hinojosa, A. (2018). The reliability of YouTube videos in patients education for Glioblastoma Treatment. *Journal of Clinical Neuroscience*, 55, 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.jocn.2018.07.001>
- Reid, I. (2015). An education in Facebook. *Information, Communication & Society*, 18(12), 1478–1480. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2014.984744>
- Rosenthal, S. (2018). Motivations to seek science videos on YouTube: free-choice learning in a connected society. *International Journal of Science Education, Part B: Communication and Public Engagement*. <https://doi.org/10.1080/21548455.2017.1371357>
- Sarıer, Y. (2020). Aktif Öğretim Yöntemlerinin, Matematik Başarısına Etkisi: Bir Meta-Analiz Çalışması. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(1), 115–132. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17240/aibuefd.2020.20.52925-526900>
- Saykılı, A. (2018). Dünden yarına eğitim paradigmaları: Sanayi modeli eğitim dijital çağda yeterli mi? *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 189–198. <http://static.dergipark.org.tr:8080/article-download/dd08/0149/558c/5ae62ea6ab11a.pdf>
- Sharma, S. K., Joshi, A., & Sharma, H. (2016). A multi-analytical approach to predict the Facebook usage in higher education. *Computers in Human Behavior*, 55, 340–353. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.020>
- Shoufan, A. (2019). Estimating the cognitive value of YouTube’s educational videos: A learning analytics approach. *Computers in Human Behavior*, 92, 450–458. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.036>
- Smith, C. (2020a). *11 Dailymotion Facts and Statistics (2020) | By the Numbers*. DMR. <https://expandedramblings.com/dailymotion-facts-statistics/>
- Smith, C. (2020b). *160 YouTube Statistics and Facts (2020) | By the Numbers*. DMR.

- <https://expandedramblings.com/youtube-statistics/>
- Smith, C. (2020c). *20 Vimeo Statistics and Facts (2020) | By the Numbers*. DMR. <https://expandedramblings.com/vimeo-statistics/>
- Snickars, P., & Vonderau, P. (2009). The YouTube Reader. İçinde *Lnblt*.
- Socialbakers. (2020a). *Society YouTube Statistics - Education*. Socialbakers. <https://www.socialbakers.com/statistics/youtube/channels/society/education>
- Socialbakers. (2020b). *YouTube statistics in Turkey - Education*. Socialbakers. <https://www.socialbakers.com/statistics/youtube/channels/turkey/society/education>
- Somyürek, S. (2014). Öğretim Sürecinde Z Kuşağının Dikkatini Çekme: Artırılmış Gerçeklik. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 4(1), 63. <https://doi.org/10.17943/etku.88319>
- Srichanyachon, N. (2014). The barriers and needs of online learners. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 15(3), 50–59. <https://doi.org/10.17718/tojde.08799>
- Staziaki, P. V., Santo, I. D. de O., Skobodzinski, A., Park, L. K., & Bedi, H. S. (2020). How to Use YouTube for Radiology Education. *Current Problems in Diagnostic Radiology*, 000. <https://doi.org/10.1067/j.cpradiol.2020.11.007>
- Sung, E., & Mayer, R. E. (2012). When graphics improve liking but not learning from online lessons. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1618–1625. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.026>
- Sweller, J., & Chandler, P. (1991). Cognitive Load Theory and the Format of Instruction. *Cognition and Instruction*, 8(4), 293–332. <https://doi.org/10.1207/s1532690xci0804>
- Tan, E., & Pearce, N. (2011). Open education videos in the classroom: Exploring the opportunities and barriers to the use of YouTube in teaching introductory sociology. *ALT-J: Research in Learning Technology*, 19(SUPPL.1), 125–133. <https://doi.org/10.3402/rlt.v19s1/7783>
- Tatlı, A. (2018). Çevrimiçi Çoklu Öğrenme Ortamlarında Öğrenmeyi Etkileyen Bazı Bilişsel Özellikler ve Akademik Başarıyla İlişkisi. İçinde *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-2099>
- Terlemez, M. S. (2016). Youtube Channels As Support Materials In Distance Learning. *Journal of Educational and Instructional Studies in the World*, 6(November), 77–88.
- Toderici, G., Aradhye, H., Paşca, M., Sbaiz, L., & Yagnik, J. (2010). Finding meaning on YouTube: Tag recommendation and category discovery. *Proceedings of the IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition*, 3447–3454. <https://doi.org/10.1109/CVPR.2010.5539985>
- Topuz, A. C., Yıldırım, Ö., Topu, F. B., & Göktaş, Y. (2015). Öğrenme Teorileri Üzerine İnşa Edilen Web 2.0 Uygulamalarının İncelenmesi. *Bilişim Teknolojileri*

Dergisi, 8(2), 59. <https://doi.org/10.17671/btd.03676>

- Türköz, G. (2019). *Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Çeşitli Sosyo-Bilimsel Konulara Yönelik Kararlarının, Gerekçelerinin Ve Argüman Kalitelerinin İncelenmesi: Youtube Destekli Sınıf İçi Tartışma Kullanımı*. Sinop Üniversitesi.
- Uluyol, Ç., & Karadeniz, Ş. (2009). Bir Harmanlanmış Öğrenme Ortamı Örneği, Öğrenci Başarısı ve Görüşleri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 60–84.
- Ünal, S. (1999). Aktif Öğrenme, Öğrenmeyi Öğrenmek ve Probleme Dayalı Öğrenme. *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11,(11), 373–378. <http://dspace.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/3405/1327-2348-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Usta, E., & Mahiroğlu, A. (2015). Harmanlanmış Öğrenme ve Çevrimiçi Öğrenme Ortamlarının Akademik Başarı ve Doyuma Etkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 1–15.
- Uysal, Ö. (2011). Çevrimiçi Eğitimde Kalite Standartları: Amerika Örnekleri. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.18039/ajesi.01561>
- Vimeo. (2020). *Vimeo Choose a Plan*. Vimeo. <https://vimeo.com/upgrade>
- Volery, T., & Lord, D. (2000). Critical success factors in online education. *The International Journal of Educational Management*, 14(5), 216–223. <https://doi.org/10.1023/A:1018828105226>
- Vural, Ö. F. (2013). The impact of a question-embedded video-based learning tool on e-learning. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 13(2), 1315–1323. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1017292.pdf>
- Walker, K. (2003). Applying Distributed Learning Theory in Online Business Communication Courses. *Business Communication Quarterly*, 66(2), 55–67. <https://doi.org/10.1177/108056990306600205>
- Watkins, J., & Wilkins, M. (2011). Using YouTube in the EFL Classroom. *Language Education in Asia*. https://doi.org/10.5746/leia/11/v2/i1/a09/watkins_wilkins
- Weinstein, C. E., Krause, J. M., Stano, N., Acee, T. W., Jaimie, M. K., & Nancy Stano. (2015). Learning to Learn. İçinde *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition* (ss. 8620–8623). <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.92037-3>
- WHO. (2020). Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Situation Reports. April 1 2020. *WHO Situation report, 2019(72)*, 1–19. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200324-sitrep-64-covid-19.pdf?sfvrsn=703b2c40_2%0Ahttps://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200401-sitrep-72-covid-19.pdf?sfvrsn=3dd8971b_2

- Yamamoto, G. T., & Altun, D. (2020). Coronavirüs ve Çevrimiçi (Online) Eğitimin Önlenemeyen Yükselişi. *Journal of University Research*, 3(1), 25–34. <https://doi.org/10.26701/uad.711110>
- Yılmaz, M., & Akkoyunlu, B. (2006). Farklı Öğrenme Ortamlarının Kalıcılığa Etkisi. *Eurasian Journal of Educational Research*, 4(23), 209–218.
- Youtube. (2020). *YouTube in numbers*. Youtube. <https://www.youtube.com/intl/tr/about/press/>
- Zhang, D., Zhou, L., Briggs, R. O., & Nunamaker, J. F. (2006). Instructional video in e-learning: Assessing the impact of interactive video on learning effectiveness. *Information and Management*, 43(1), 15–27. <https://doi.org/10.1016/j.im.2005.01.004>
- Zhou, R., Khemmarat, S., & Gao, L. (2010). The impact of YouTube recommendation system on video views. *Proceedings of the ACM SIGCOMM Internet Measurement Conference, IMC*, 404–410. <https://doi.org/10.1145/1879141.1879193>
- Zinderen, İ. E. (2020). Yeni Medya Ekolojisi Ekseninde YouTube : Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 215–232.

EKLER

EK- 1 Youtube izleyicileri veri toplama aracı.

Youtube'un Eğitim Ortamı Olarak Kullanımının İzleyici ve Eğitimci Bağlamında İncelenmesi

Saygıdeğer Youtube izleyicisi,

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi ABD' de yüksek lisans yapmaktayım. Tezim kapsamında sizlerin değerli görüşlerine gereksinim duymaktayım. Araştırmamın genel amacı eğitsel içerikli Youtube videolarının eğitsel potansiyelini geliştirmeye yönelik sizlerin görüşlerini toplamak ve Youtube platformunda eğitsel içerik oluşturan ve oluşturacak kişilere öneriler oluşturmaktır. Bu amaca bağlı olarak 5-10 dakikalık görüşlerinize ihtiyacımız vardır. Bu kapsamda vereceğiniz yanıtlar kimliğiniz açık edilmeden sadece bilimsel amaçlı olarak kullanılacaktır. Yanıtlarınızı her bir soru için verilen boşluğa yazabilirsiniz.

Hasan Hüseyin CİHANGİR

Yüksek Lisans Öğrencisi

A - Youtube üzerinde günlük harcadığınız toplam süre ne kadar?

- 1 Saatten az
- 1 – 3 Saat aralığında
- 3 – 5 Saat aralığında
- 5 Saatten fazla

B - Youtube üzerinde günlük eğitsel içerikli videolara harcadığınız süre ne kadar?

- 1 Saatten az
- 1 – 3 Saat aralığında
- 3 – 5 Saat aralığında
- 5 Saatten fazla

1 - Youtube haricinde eğitsel video içeriklere ulaştığınız platformlar var mı? Varsa nelerdir?

2 - Youtube' da eğitsel içerikli kanalların diğer kanal türlerinden ne tür farkları olmalıdır?

3 - Youtube üzerinde eğitsel içerikli bir videoyu izlemeyi bırakma ve izlemeye devam etme sebepleriniz nelerdir?

4 - Youtube üzerinde yaşadığımız sorunlar nelerdir? Youtube platformuna ne gibi eleştiriler getirebilirsiniz?

5 - Youtube üzerindeki eğitsel içerikli videolarda gördüğünüz problemler, eksiklikler ve olmasını gerekli gördüğünüz durumlar nelerdir? Başka ifade ile ideal bir eğitsel içerikli videoda olması gereken nitelikler nelerdir?

6 - Youtube üzerinde eğitsel içerikli bir videonun ideal süresi ne kadar olmalıdır?

7 - Bu konuda başka eklemek istediğiniz bir görüşünüz var mı?

Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Hasan Hüseyin CİHANGİR

EK- 2 Youtube kanal sahibi veri toplama aracı.

**EĞİTİM ORTAMI OLARAK YOUTUBE KULLANIMI: İZLEYİCİ ve EĞİTMEN
BAĞLAMINDA İNCELENMESİ**

Saygıdeğer Youtube Eğitsel İçerik Üreticisi,

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi ABD' de yüksek lisans yapmaktayım. Tezim kapsamında sizlerin değerli görüşlerine gereksinim duymaktayım. Araştırmamın genel amacı eğitsel içerikli Youtube videolarının eğitsel potansiyelini geliştirmeye yönelik sizlerin görüşlerini toplamak ve popüler olan Youtube platformunda eğitsel içerik oluşturan ve oluşturacak kişilere öneriler oluşturmaktır. Bu amaca bağlı olarak 10-15 dakikalık görüşlerinize ihtiyacımız vardır. Bu kapsamda vereceğiniz yanıtlar kimliğiniz açık edilmeden sadece bilimsel amaçlı olarak kullanılacaktır. Yanıtlarınızı her bir soru için verilen boşluğa yazabilirsiniz.

Hasan Hüseyin CİHANGİR
Yüksek Lisans Öğrencisi

Formasyon Eğitimi aldınız mı?

() Aldım

() Almadım

1. Youtube haricinde eğitsel video içerikleri üretip yayınladığınız platformlar var mı? Varsa nelerdir?
2. Eğitsel içerikli videoları yayınlamak için Youtube platformunu seçme sebepleriniz nelerdir?
3. Youtube üzerinde ürettiğiniz içerikleri dikkate aldığınızda size ne gibi avantajlar sağlamıştır?
4. Youtube üzerinde yaşadığınız sorunlar nelerdir? Youtube platformuna ne gibi eleştiriler getirebilirsiniz?
5. Youtube üzerindeki eğitsel içerikli videolarda gördüğünüz problemler, eksiklikler ve olmasını gerekli gördüğünüz durumlar nelerdir? Başka ifade ile ideal bir eğitsel içerikli videoda olması gereken nitelikler nelerdir?

6. Youtube üzerinde yayımlandığınız eğitsel videoları hazırlamadan önce plan yapıyor musunuz? Yapıyorsanız, plan için ne kadar süre harcıyorsunuz?
7. Youtube üzerindeki eğitsel içerikli bir videonun süresi ne kadar olmalıdır?
8. Youtube üzerinde eğitsel içerikli video üretmek için motivasyon kaynaklarınız nelerdir?
9. Bu konuda başka eklemek istediğiniz bir görüşünüz var mı?

Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Hasan Hüseyin CİHANGİR

EK- 3 Youtube kanalı sahibi izni.

BÖTE Yüksek Lisans Tezi İçin Araştırma Desteği - Eğitsel Amaçlı Youtube Kullanımı Gelen Kutusu x



Hasan Hüseyin CİHANGİR

Alıcı: gokhan

17 Ağu 2019 10:25



Merhaba Gökhan Hocam,

Merhabalar. Ben, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü' nde yüksek lisans öğrencisi Hasan Hüseyin CİHANGİR. Yapacağım tez araştırması için sizi rahatsız etmekteyim. Yüksek Lisans Tezi olarak, danışmanım Sayın Doç. Dr. Ahmet Naci ÇOKLAR hocam ile birlikte belirlediğimiz Eğitim Ortamı Olarak Youtube Kullanımı: İzleyici ve Eğitmen Bağlamında İncelenmesi (değiştirilebilir) başlığı altında bir araştırma yapacağız. Belirlediğimiz eğitsel içerikli Youtube kanalı sizin kanalınız olan "[KablosuzKedi](#)" kanalı. Araştırmanızda verileri toplayabilmemiz için, bildiğiniz üzere katılımcılardan araştırmaya gönüllü olarak katılacaklarına dair izin almamız gerekiyor.

Bu araştırmayı nitel, açık uçlu sorulardan oluşan 2 anket ile yapacağız. Anketlerden 2 bölümden oluşacak(Açık uçlu sorular bölümü ve demografik veriler bölümü). Geliştireceğimiz ilk anket Youtube Kanal Sahiplerine (Eğitmenlere) uygun olarak hazırlanan, araştırma amaçlarına yönelik sorular bantdıracağız. Diğer anket ise Youtube izleyicilerinden toplanacak veriler için hazırlanan, araştırma amaçlarına uygun sorulardan oluşan benzer yapıda bir anket olacaktır.Kanalınız üzerinde araştırmanın gerçekleştirilmesi için izin verirsiniz, araştırmanın detaylarını zamanı geldiğinde paylaşmak isterim. Danışman hocam ile birlikte bu araştırmanın Youtube eğitim kanalları için yönlendirici ve tanılayıcı bir içerik oluşturacağı kanaatindeyiz. Araştırmada isminizin geçmesinin istemezseniz, kanal ismi ve sizin isminiz takma bir isim olarak geçebilir. Araştırma sürecini ve sonucunu sizinle içtenlikle paylaşacağım. Sizin bu araştırma için önerileriniz benim için çok önemli. Bu aşamada araştırma ile ilgili belirteceğiniz görüş ve önerileriniz varsa, dinlemekten mutluluk duyarım. Zaman ayırıp okuduğunuz için teşekkür ederim.

Tam olarak sizden istediğim aksiyonlar 2 tane;

- 1 tane anketi (Google Formlar ile), vereceğim link ile Youtube' da gönderi (youtube sosyal medya gönderisi ya da abonelere ulaşabileceğiniz bir iletişim kanalı) üzerinden sadece paylaşmanızı istiyorum (sizin kişisel olarak anket muhatablarını bulmanızı istemiyorum).
- Kanal sahibi olarak sizden de 1 tane kanal eğitmeni için hazırladığım anketi (word belgesi olarak) doldurmanızı istiyorum.

Anket linkini araştırma hakkında kısa bir bilgilendirme metni ile birlikte paylaştığınız takdirde, araştırma için ihtiyacımız olan verileri elde edebileceğimizi düşünüyorum. Paylaşılacak link ve kısa bilgilendirme metnini (söz izin verirsiniz ve tez önerim kabul edilirse) size göndereceğim.

Olumlu-Olumsuz dönüşünüzü bekliyorum. İyi günler.



Gökhan Kandemir

Alıcı: ben

17 Ağu 2019 14:23



Merhabalar dostum,

İlk olarak teşekkür ederim böyle bir araştırma için beni düşündüğünüz için. Tabiki de yardımcı olmak isterim ;)

Saygılar
Gökhan

EK- 4 Etik Kurul Kararı



NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU
BAŞKANLIĞI
ETİK KURUL KARARI

| | |
|--|--|
| Etik Kurul Toplantı Tarihi/Sayısı ve Karar No | Tarih:18/12/2020 Toplantı Sayısı:03 Karar No:2020/171 |
| Araştırmanın Başlığı | Eğitim Ortamı Olarak Youtube Kullanımı: İzleyici Ve Eğitimci Bağlamında İncelenmesi |
| Sorumlu Araştırmacı | Prof. Dr. Ahmet Naci ÇOKLAR |
| Yardımcı Araştırmacılar | Hasan Hüseyin CİHANGİR |
| Etik Kurul Kararı | Oy Çokluğu <input type="checkbox"/> Oy birliği <input checked="" type="checkbox"/> |
| | Uygun <input checked="" type="checkbox"/> Uygun Değil <input type="checkbox"/> Düzeltme* <input type="checkbox"/> Görevsizlik** <input type="checkbox"/> |
| Düzeltme ise gerekçeleri * | |
| Görevsizlik ise gerekçeleri** | |

ASLI GİBİDİR
28/12/2020

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk ERDEM
Etik Kurul Başkanı