



Gönderim: 24.10.2022

Kabul: 31.01.2023

Tür: Araştırma Makalesi

Öğrenme ortamı olarak YouTube'un kullanılmasına ilişkin öğrenci görüşleri

Emine ARUĞASLAN^a

Hanife ÇİVRİL^b

^a Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu, ORCID: 0000-0002-8153-9117

^b Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu, ORCID: 0000-0003-2925-3688

Özet

Çevrim içi video paylaşım ve sosyal medya platformu olan YouTube ile çeşitli eğlence videolarının yanı sıra eğitim videolarını da barındırması nedeniyle resmî olmayan bir öğrenme ortamı olarak düşünülebilir. Bu çalışmada, uzaktan eğitim programına kayıtlı öğrencilerin YouTube'un bir öğrenme ortamı olarak kullanılmasına ilişkin görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma desenlerinden olgubilim modeli kullanılmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak çevrim içi soru formu kullanılmıştır. Çalışmaya toplam 117 öğrenci katılım göstermiştir. Toplanan verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, öğrenciler YouTube'da hem teorik hem de pratik açıdan bilgi ve beceriler elde ettiklerini, gündelik hayatta karşılaştıkları problemlere ilişkin çözümler bulabildiklerini ifade etmişlerdir. Öğrencilerin YouTube hakkındaki olumsuz deneyimleri ise; izlenen videoların görüntü kalitesinin düşüklüğü, video izleme esnasında çıkan reklamlar, içerik üreticisinin konuyu anlatırken bağlamdan uzaklaşması, konu anlatımlarında video sürelerinin uzun tutulması gibi konular şeklinde olmuştur. Çalışmanın sonuçları incelendiğinde öğrencilerin genel anlamda YouTube'da edindikleri deneyimlerden memnun kaldıkları söylenebilir.

Anahtar Sözcükler: YouTube, uzaktan eğitim, öğrenme ortamı, eğitim videoları, öğrenci görüşleri

Student views on the use of YouTube as a learning environment

Abstract

YouTube, an online video sharing and social media platform, can be considered an informal learning environment as it hosts educational videos as well as various entertainment videos. In this study, it is aimed to determine the views of the students enrolled in the distance education program about the use of YouTube as a learning environment. The phenomenology model, one of the qualitative research designs, was used in the study. An online questionnaire was used as a data collection tool in the study. A total of 117 students participated in the study. Descriptive analysis method was used in the analysis of the collected data. As a result of the analysis, the students stated that they gained both theoretical and practical knowledge and skills on YouTube and that they could find solutions to the problems they encountered in daily life. The negative experiences of the students about YouTube are; The low quality of the videos watched, the advertisements appearing during the video watching, the content producer moving away from the context while explaining the subject, the long duration of the narration video in the lectures. When the results of the study are examined, it can be said that the students are generally satisfied with their experiences on YouTube.

Keywords: YouTube, distance education, learning environment, educational video, student views

Kaynak Gösterme

Aruğaslan, E. ve Çivril, H. (2023). Öğrenme ortamı olarak YouTube'un kullanılmasına ilişkin öğrenci görüşleri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi (AUAd)*, 9(1), 356-375. <https://doi.org/10.51948/auad.1193826>

Bu çalışma, 28-30 Eylül 2022'de Anadolu Üniversitesi tarafından düzenlenen 5th International Open & Distance Learning Conference (IODL 2022) adlı konferansta sunulan sözlü bildirinin, yeniden düzenlenmiş ve genişletilmiş halidir.

Giriş

YouTube, 2005'te kurulan, kullanıcılara video paylaşma ve paylaşılan videoları izleme imkânı sağlayan ve dünyada en çok ziyaret edilen sosyal medya platformlarından biridir. YouTube platformunda eğlence, spor, tarih, bilim gibi çeşitli alanlarda videolar bulunmakta ve bu videoların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Dolayısıyla barındırdığı videolar sayesinde YouTube'un, faydalı öğrenme içeriklerinin bulunabileceği değerli bir bilgi kaynağı hâline geldiği söylenebilir. YouTube, çok sayıda eğitim videosuna ücretsiz erişim imkânı sağladığı için hayat boyu öğrenme çerçevesinde önemli bir resmî olmayan öğrenme ortamı olarak düşünülebilir (Buzzetto-More, 2014). Her kesimden bireye yönelik olarak ilgi duydukları bir alanda zamandan ve mekândan bağımsız olarak kullanabilecekleri görsel ve işitsel bir materyal sunması, kendi öğrenme hızında ilerleyebilmesi ve diğer kullanıcılarla etkileşim kurabilmesi açısından uygun bir öğrenme ortamı haline gelmektedir (Maziriri vd., 2020; Abu-Taieh vd., 2022). Ayrıca birçok eğitim kurumu, kendi öğretim materyallerini destekleyici veya tamamlayıcı olarak YouTube aracılığı ile öğrenenlerle paylaşmaktadır (Abu-Taieh vd., 2022). Ancak herkesin video yükleyebilmesi nedeniyle eğitim içerikli videoların güvenilirliği ve kişiye uygun olması noktasında bazı zorluklarla da karşılaşmak mümkündür (Hasamnis ve Patil, 2019).

Alanyazında YouTube'un bir öğrenme aracı olarak incelendiği çalışmalar mevcuttur. Khalid ve Muhammad (2012) ve Sari ve Margana, (2019), çalışmalarında öğrencilerin İngilizce dersinde YouTube kullanımı konusunda olumlu tutum sergilediklerini ve Youtube'u öğrenme aracı olarak etkili bir şekilde kullandıklarını belirtmişlerdir. Fitri (2022), yaptığı alanyazın çalışmasında İngilizce öğrenenlere kültürlerarası iletişimin öğretilmesi amacıyla, öğretme-öğrenme sürecinde Youtube videolarının kullanmasını incelemiştir. Dupuis vd.'nin (2013) önerdikleri çevrim içi videoları gönüllü olarak izleyen öğrencilerin, izlemeyenlere oranla daha yüksek başarı gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Alwehaibi (2015), YouTube teknolojisini İngilizce dil eğitimiyle bütünleştirmenin, öğrencilerin öğrenmeleri üzerinde olumlu etkileye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Moghavvemi vd. (2018), öğrencilerin YouTube'u kullanma motivasyonlarından bazılarının eğlence, bilgi arama ve akademik öğrenme olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca çalışmalarında videoların öğrenmek istedikleri konuyla alakalı olması durumunda, YouTube'u öğrenme deneyimini geliştirebilecek etkili bir araç olarak gördükleri sonucuna ulaşmışlardır. Mady ve Baadel (2020), üniversite öğrencileri ile yaptığı çalışmada, öğrencilerin YouTube'u akademik çalışmaları için bir öğrenme aracı olarak kullandıklarını ve genel anlamda bilgilerini zenginleştirdikleri sonucuna varmıştır. Ayrıca, YouTube videolarının

akademik ortamlarda kullanımı ile öğrencilerin genel performansı arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. YouTube, videoların geleneksel sınıf ortamında kullanılmasının öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu gösteren çalışmalar da mevcuttur (Orús vd. 2016; Torres-Ramírez vd., 2014; Tugrul, 2012). İlhan ve Aydoğdu, (2019) çalışmalarında YouTube kullanıcılarının kullanım motivasyonlarını incelemişlerdir. Katılımcıların verdikleri yanıtlar incelendiğinde YouTube'un "Bilgilenmek" amacı ile kullanılmasının en çok tercih edilen amaç olduğu görülmüştür. Belirli bir dil becerisi kazanmaya yönelik bir durumu araştıran ve sosyal medya kullanımı çerçevesinde yapılandırılan bazı çalışmalar Youtube'un üst sıralarda tercih edildiğini göstermektedir. Çangal (2020) çalışmasında yabancılara Türkçe öğretiminde sosyal medya kullanımının öğrencilerin yazma becerilerine etkisini araştırmış ve öğrencilerin Türkçelerini geliştirmek, Türkçe dizi ve film izlemek, Türkçe videolar izlemek, Türkçe şarkı dinlemek gibi faaliyetlerini gerçekleştirmek için en çok tercih ettiği sosyal medya araçlarından birisinin YouTube olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yılmaz (2021) benzer bir çalışma yaparak Bosna Hersek'te öğrenim gören lise öğrencilerinin yabancı dil olarak Türkçe dil öğrenimlerinde, sosyal medya aracılığıyla elde ettikleri kazanımları saptamak amacıyla bir çalışma yapmıştır. Çalışma sonuçları incelendiğinde öğrencilerin neredeyse tamamına yakınının YouTube kanallarını günlük Türkçe konuşma kalıplarını öğrenme gibi faydaları sayesinde bir öğrenme ortamı olarak tercih ettikleri görülmüştür. Cihangir ve Çoklar (2021), çalışmasında belirledikleri bir eğitim video kanalının içerik üreticisinin ve takipçilerinin YouTube'un eğitim ortamı olarak kullanılmasına ilişkin görüşlerini incelemiştir. Songur ve Çıtırık (2022) ve Tosun ve Tosun (2022), YouTube'daki sağlık eğitimi videolarının yararlılığını değerlendirdikleri çalışmalarında konuyla ilgili belirledikleri videoları incelemiş ve bu videoların kaynak olarak yararlılığının düşük ve kalitesinin zayıf olduğunu tespit etmişlerdir.

Yapılan çalışmaların daha çok bir öğrenme aracı olarak YouTube videolarının resmî ortamlarda destekleyici/tamamlayıcı olarak kullanımının etkililiğine odaklandığı görülmektedir. YouTube'un resmî olmayan öğrenme için bir kaynak olarak nasıl kullanıldığına ilişkin çalışmalar sınırlıdır. Bu çalışmada, uzaktan eğitim programına kayıtlı öğrencilerin YouTube'un resmî olmayan bir öğrenme ortamı olarak kullanılmasına ilişkin görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

Çalışmaya katılım gösteren uzaktan eğitim programında kayıtlı öğrencilerin;

- YouTube'u kullanım sıklıkları nasıldır?

- YouTube'daki eğitim kanalları ile diğer kanallar arasındaki farklılıklarına ilişkin görüşleri nelerdir?
- YouTube'da eğitim videolarını izlerken yarıda bırakma sebepleri nelerdir?
- YouTube'da eğitim videolarını izlerken karşılaştığı sorunlar nelerdir?
- YouTube'da bir eğitim videosunda önem verdikleri nitelikler nelerdir?
- Genel anlamda YouTube'da eğitim videolarına ilişkin görüşleri nelerdir?

Yöntem

Araştırma Deseni

Bu çalışmada öğrencilerin YouTube'un öğrenme platformu olarak kullanılmasına ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim ile desenlenmiştir. Olgubilim, farkında olunan ancak derinlemesine bilgi sahibi olunmayan olgulara odaklanmayı sağlayan bir araştırma desendir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Olgubilim deseninde belirlenen bir olguya ilgili yaşanmış deneyimlerden ortak anlamlar çıkarılması amaçlanır ve bu olguyu deneyimleyen grupla çalışılır (Creswell, 2020). Bu çalışmada da YouTube'u öğrenme ortamı olarak kullanan öğrencilerin, bu olguya yükledikleri anlamların ortaya çıkarılması amaçlandığı için olgubilim deseni seçilmiştir.

Araştırmanın Katılımcıları

Çalışmanın katılımcılarını, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulunda kayıtlı öğrenciler oluşturmaktadır. Veriler 2021-2022 eğitim öğretim yılı bahar döneminde toplanmıştır. Çalışmanın katılımcıları, kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. Her bir katılımcının ismi gizli tutulmuş ve veri toplama aracına katılım sırasına göre Ö harfiyle birleştirilerek kodlanmıştır. Örneğin 13. sırada katılan öğrencinin kodlanma şekli Ö13 olarak yapılmıştır. Çalışmaya toplam 117 öğrenci katılım göstermiştir. Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1			
<i>Katılımcıların demografik özellikleri</i>			
Demografik Özellikler		f	%
Cinsiyet	Kadın	90	76,92
	Erkek	27	23,08
	Toplam	117	100,00
Yaş	18-22 yaş	84	71,79
	23-27	25	21,37
	28-32	7	5,98
	32-36	1	0,85
	Toplam	117	100
Medeni Durumu	Bekâr	104	88,89
	Evli	13	11,11
	Toplam	117	100,00
Çalışma Durumu	Çalışıyorum	46	39,32
	Çalışmıyorum	71	60,68
	Toplam	117	100,00

Katılımcıların %76,92'si kadın, %71,79'u 18-22 yaş aralığında, %88,89'u bekâr, ve %60,68'i çalışmayan öğrencilerden oluşmaktadır.

Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Çalışmada veri toplama aracı olarak çevrim içi soru formu kullanılmıştır. Bu soru formu 2 kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda kapalı uçlu sorularla öğrencilerden demografik bilgiler ve YouTube kullanımları ile ilgili bilgiler istenmiştir. İkinci kısımda ise öğrencilerin deneyimleri doğrultusunda YouTube'un öğrenme ortamı olarak kullanılmasına ilişkin görüşlerinin alınması amacıyla 5 adet açık uçlu soru bulunmaktadır. Soru formunun hazırlanmasında Cihangir ve Çoklar'ın (2021) çalışmasından yararlanılmıştır. Veri toplama aracı, Google Form üzerinden çevrim içi olarak katılımcılarla paylaşılmıştır.

Verilerin Analizi

Toplanan verilerin analizinde içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. İçerik analiz yöntemi ile elde edilen temalar ve kategoriler tablolaştırılarak frekans ve yüzde değerleri şeklinde sunulmuştur. Öğrencilerin açık uçlu olarak sorulan ilk iki soruya verdikleri cevaplar kategori-tema olarak, diğer sorular ise yalnızca kategori olarak tablolaştırılmıştır. 117 öğrencinin katılım gösterdiği bu çalışmadaki sorulara verilen cevaplar ilgili tabloda birden fazla kategoriye veya

temaya dâhil edildiği için bazı tablolardaki toplam sayı araştırmaya katılan öğrenci sayısından fazla çıkmıştır.

Araştırmanın geçerliliğini sağlamak için veri toplama aracının taslak hâli iki alan uzmanına sunulmuş ve geri dönüşler neticesinde düzenlemeler yapılarak veri toplama aracının son hali öğrencilere uygulanmıştır. Araştırmanın güvenilirliği için, veriler her bir araştırmacı tarafından ayrı ayrı kodlanmıştır. Bu kodlamaların güvenilirlik yüzdesi Miles ve Huberman (1994) tarafından geliştirilen (Güvenirlilik = Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) formüle göre %87 olarak bulunmuştur. Bu değer, yapılan kodlamaların güvenilir olduğunu göstermektedir.

Bulgular ve Yorumlar

Çalışmada öğrencilerin YouTube'un öğrenme ortamı olarak kullanılmasına ilişkin görüşleri, sorulan her soru için ayrı ayrı incelenerek analiz edilmiştir.

Öğrencilerin Youtube Kullanımları

Tablo 2'de öğrencilerin Youtube kullanımlarına ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 2			
<i>Öğrencilerin Youtube Kullanımları</i>			
YouTube Kullanımı		f	%
YouTube Aboneliğiniz var mı?	Var	78	66,67
	Yok	39	33,33
	Toplam	117	100,00
YouTube'u kullanma sıklığınız nedir?	Nadiren	5	4,27
	Bazen	27	23,08
	Sık sık	52	44,44
	Her zaman	33	28,21
	Toplam	117	100,00
YouTube'u Öğrenme Ortamı olarak kullanma sıklığınız nedir?	Nadiren	8	6,84
	Bazen	32	27,35
	Sık sık	59	50,43
	Her zaman	18	15,38
	Toplam	117	100

Tablo 2 incelendiğinde öğrencilerin %66,67'sinin YouTube aboneliğinin bulunduğu, %44,44'ünün YouTube'u sık sık kullandığı; %50,43'ünün ise YouTube'u öğrenme ortamı olarak "sık sık" kullandığı görülmüştür.

Youtube'da Eğitim Kanalları ile Diğer Kanallar Arasındaki Farklılıklar

Çalışmada öğrencilerin eğitim içerikli kanalların eğitim içerikli olmayan kanallar arasındaki farklara ilişkin verdiği toplam 134 görüş eğitim kanalları bağlamında ele alınmış ve bu görüşler İçerik, Anlatım ve Ortam olmak üzere 3 kategori altında toplanmıştır. Tablo 3'te oluşturulan kategori ve kategorilere ait temalar verilmiştir.

Kategori	Tema	f	%
İçerik (%50,75)	Yararlı içerik	37	54,41
	Güvenilir ve doğru içerik	14	20,59
	Video süresi	9	13,24
	Yapılandırılmış içerik	8	11,76
	Toplam	68	100
Anlatım (%32,84)	Ciddi anlatım	19	43,18
	Eğlenceli Anlatım- Dikkat çekici anlatım	14	31,82
	Basit ve anlaşılır anlatım	11	25,00
	Toplam	44	100
Ortam (%16,41)	Görünürlük- Erişilebilirlik	14	63,64
	Denetleme	5	22,73
	Reklamsız	2	9,09
	Alt yazı desteği	1	4,55
	Toplam	22	100

Öğrencilerin eğitim içerikli kanalların eğitim içerikli olmayan kanallar arasındaki farklara ilişkin görüşleri %50,75 ile İçerik kategorisinde toplanmıştır. İçerik kategorisi, öğrencilerin YouTube platformunda yer alan eğitim videolarının içeriği ile ilgili olarak video içeriğinin yararlı, güvenilir ve doğru olması, uzunluğu ve bir plan ve program çerçevesinde sunulması ile ilgili görüşlerini kapsamaktadır. Öğrenci görüşlerinin %32,84'ü anlatım kategorisinde yer almaktadır. Anlatım kategorisi, video içerik üreticisinin veya videoda yer alan eğitmenin eğitim içeriğini daha ciddi sunmasını, izleyicilerin sıkılmaması ve dikkati toplayabilmesi için daha eğlenceli hâle getirmesini ve herkesin anlayabileceği yalın bir şekilde sunmasını kapsamaktadır. Ortam kategorisi ise %16,41 ile öğrencilerin YouTube platformu ile ilgili görüşlerini içermektedir. Eğitim videolarının daha fazla ana sayfaya düşmesi, konularına

göre ayrı bir kategori altında gruplandırılması, videoların herkesin erişimine açık olması nedeniyle doğruluğu kanıtlanan bilgilerin yer alması ve videoda yer alan konuşmaların uygunluğu açısından denetlenmesini kapsamaktadır. Bu kategoriler altında yer alan temalara ait bazı öğrenci görüşleri değiştirilmeden aşağıda verilmiştir.

“Eğitim kanallarının daha ciddi bir anlatıma sahip olması gerekir. Eğitsel kanallar daha çok bilgiye dayalı insanların dinleyip işlerine yarayabilecek şekilde olmalı.” (Ö5, Tema1: Ciddi anlatım, Tema2: Yararlı içerik)

“Eğitsel içerikli kanallar somut, gerçekçi ve anlaşılır bilgiler içermelidir.” (Ö55, Tema: Güvenilir ve doğru içerik)

“Eğitsel içerikler kısa tutulmalı dikkatin dağılmaması açısından ve reklamlar olmamalı bence eğlence vs. kanallarda ise uzun tutulabilir.” (Ö30, Tema1: Video süresi, Tema2: Reklamsız)

“Eğitim içerikli kanalların iletilmek istenilen bilgiyi kısa sürede dikkati dağıtmadan vermesi gereklidir.” (Ö113, Tema: Video süresi)

“İçerik, konu, kişiler, kanal, tema, üslup, giyim gibi farklar olmalıdır çünkü eğitim kanalları biraz resmi olmalıdır.” (Ö49, Tema: Ciddi anlatım)

“Eğitim kanalının daha ciddi yeri geldikçe ufak tefek esprilerin yapılması, en büyük ayırım ise eğitim kanallarının akılda kalıcı, kısa ve öz anlatım yapması.” (Ö72, Tema1: Basit ve anlaşılır anlatım, Tema2: Eğlenceli anlatım, Tema3: Ciddi anlatım)

“Çocukları ve gençlerimizi teşvik etmek adına eğitim içerikli videolar diğerlerine oranla daha fazla akışa düşmeli” (Ö8, Tema: Görünürlük- Erişilebilirlik)

“Bana göre ilk aşamada yüklenen videolar YouTube tarafından kontrol edilmelidir. Çünkü eğitim amaçlı açıyoruz karşımıza alakasız saçma bir şey çıkıyor.” (Ö14, Tema: Denetleme ve Sansür)

Bir Eğitim Videosunun Yarıda Bırakılmasına Neden Olan Etkenler

Çalışmada öğrencilerin eğitim içerikli videoları sonuna kadar izlemelerini sağlayan veya yarıda bırakmalarına neden olan etkenlere ilişkin verdiği toplam 186 görüş Anlatıcı, İçerik, İzleyici ve Ortam olmak üzere 4 kategori altında toplanmıştır. Tablo 4’te bu kategorilere ait temalar verilmiştir.

Tablo 4			
<i>Bir Eğitim Videosunun Yarıda Bırakılmasına Neden Olan Etkenler</i>			
Kategori	Tema	f	%
Anlatıcı (%44,09)	Anlatım yöntemi	56	68,29
	Diksiyon	14	17,07
	Beden dili	7	8,54
	Bilgi yetersizliği	3	3,66
	Duygusal durum	2	2,44
	Toplam	82	100
İçerik (%37,63)	İlgi çekici olmayan içerik	20	28,57
	Beklentiyi karşılamaması	18	25,71
	Uzun içerik	15	21,43
	Kapsam dışı içerik	13	18,57
	Video özellikleri	4	5,71
	Toplam	70	100
İzleyici (%16,13)	Kişisel nedenler	15	50,00
	Dış etkenler	15	50,00
	Toplam	30	100
Ortam (%2,15)	Reklam olması	4	100,00
	Toplam	4	100

Tablo 4 incelendiğinde en fazla görüşe sahip olan kategorinin %44,09 ile Anlatıcı kategorisi olduğu görülmektedir. Anlatıcı kategorisi, video içerik üreticisinin veya videoda yer alan eğitmenin eğitim içeriğinin izleyicilere aktarılmasını ifade eden, etkili ve güzel bir sunum için gerekli olduğu düşünülen diksiyon kullanımını, anlatıcının uygun beden dili kullanmasını, anlatıcının anlattığı konu hakkındaki donanımını ve sunum esnasındaki ruh hâlini içeren öğrenci ifadelerini kapsamaktadır. Bu temayı %37,63 ile İçerik kategorisi izlemektedir. İçerik kategorisinde, öğrenciler açısından merak uyandırmayan içerikler, öğrencilerin gereksinim duydukları bilgileri içermemesi, videonun uzun sürmesi, içerikte anlatılması beklenen konunun dışına çıkılması ve videonun ses ve görüntü kalitesi, başlığı ve açıklama kısmı ile ilgili öğrenci görüşlerini kapsamaktadır. Öğrenci görüşlerinin %16,13'ü İzleyici kategorisinde yer almaktadır. İzleyici kategorisi, eğitim videoları ile ilgisi olmayan, öğrencilerin kendi kişisel ve çevresel durumları ile ilgili görüşlerini içermektedir. %2,15 ile en az görüş bildirilen Ortam kategorisinde ise sadece tek bir tema olup YouTube'da videolar esnasında çıkan reklamlarla ilgili görüşleri yer içermektedir. Bu kategoriler altında yer alan temalara ait bazı öğrenci görüşleri değiştirilmeden aşağıda verilmiştir.

“Bir ders videosunu izlerken izlemiş olduğumuz kanala hocalara da bağlı olabileceğini düşünüyorum. Bir hocayı 1 saat aralıksız izleriz, anlatımı çok iyidir, sıkılmadan dinleyebiliriz.

Ama başka bir hocayı en fazla 10 dk dinleriz. Bu da bizim videoları yarıda bırakmamıza neden olur” (Ö5, Tema: Anlatım yönetimi)

“Ses tonu ayrıca dikkat etiğim kişisel bir seçiciliktir. Dürüst olmak gerekirse fazla ince sesler veya fazla kalın sesler odağımı bozmaktadır.” (Ö22, Tema: Diksiyon)

“Yavaş konuşma şekli, bir şeyi anlatırken sürekli tekrarlamak, kolay anlatım biçimlerinden yararlanmamak” (Ö43, Tema1: Anlatım yöntemi, Tema2: Diksiyon)

“Kesinlikle güler yüz tıpkı insan ilişkileri gibi. Bir video izlerken izlediğim kişinin surat ifadesi beni çok etkiler. Güler yüzle ve eğlenceli samimi bir şekilde konuşulması videoyu bazen tekrar bile izlettirebilir, diksiyon bozuk cümleler toparlanamıyor ve mutsuz bir surat beni o videodan tamamen soğutur videoyu yarıda bırakmama sebep olabilir.” (Ö2, Tema1: Beden dili, Tema2: Diksiyon)

“Eğitsel içerikli bir videoyu izlerken konuyu anlatan video sahibinin dili ve anlatış biçimi de etkiliyor. Yavaş veya hızlı konuşması, konuşurken akıcı olmaması ya da bilgi yetersizliği, konuyu anlatırken çok fazla konu dışında başka konulara girmesi gibi genellikle videonun akıcı olmaması gibi etkenlerdir.” (Ö35, Tema1: Diksiyon, Tema2: Bilgi yetersizliği, Tema3: Kapsam dışı içerik)

“Merak ettirici olan her videoyu izler daha sonra onu hayatımda uygulamaya çalışırım. Merak içermeyen kendini tekrar eden kelimeleri kullanan videoları erken kapatabilirim.” (Ö101, Tema: İlgi çekici olmayan içerik)

“Sonuna kadar izlememi sağlayan etken açtığı videonun bilgi açısından ilgimi çekmesi ve bana yarar sağlayabilecek bilgiler içermesidir. Sonuna kadar izlemeyi bırakmamı sağlayan etken ise aniden dışarıya çıkmam gerekmesi, video içeriğinin ilgimi çekmemesi, verdiği bilginin işime yaramayacağını düşünmem ve temel ihtiyaçları gidermemdir (yemek yemek gibi).” (Ö21, Tema1: Dış etkenler, Tema2: Beklentiyi karşılamaması, Tema3: İlgi çekici olmayan içerik)

“Sadece tek bir konunun 20 dakikada anlatılması kişiyi sıkıyor, videonun dakikasını bile görmek insanı boğuyor. Ya da eğitimcinin anlatış stilini beğenmediğim takdirde videoları yarıda kesiyorum.” (Ö72, Tema1: Uzun içerik, Tema2: Anlatım yöntemi)

“Videoya koyduğu başlık dikkat çekici olmalı. Videolarda yazılar ve resimler görebileceğim büyüklükte ve canlı olduğunda daha bir keyifli izliyorum. Genel olarak beğenmediğim yerler kötü ses efektleri, cansız yazılar, bozuk yükleme kalitesi ve anlatımı güçlendirmek için yardımcı görsellerden yararlanmayan videolardır.” (Ö20, Tema: Video özellikleri)

“Sıkılıyorsam, o anda kendimi yorgun hissediyorsam videoyu yarıda bırakırım. Motivasyonum yerindeyse hepsini bitirmeye çalışırım” (Ö6, Tema: Kişisel nedenler)

“Gereksiz uzatılması ya da araya reklam girerek videoyu bölmesi” (Ö105, Tema1: Reklam olması, Tema2: Uzun içerik)

Eğitim Videolarını İzlerken Youtube’da Karşılaşılan Sorunlar

Çalışmada öğrencilerin eğitsel içerikleri izlerken Youtube platformu üzerinde yaşadığı sorunlara ilişkin oluşturulan kategoriler Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5

Eğitim Videolarını İzlerken Youtube'da Karşılaşılan Sorunlar

Kategori	f	%
Reklam çıkması	66	53,66
İnternet bağlantısı	10	8,13
İçeriklerin denetlenmemesi	8	6,50
Ses ve görüntü kalitesinin iyi olmaması	5	4,07
Etkileşim eksikliği	4	3,25
Sorunsuz	30	24,39
Toplam	123	100,00

Öğrencilerin %53,66'sı eğitim videoları esnasında çıkan reklamlar nedeniyle Youtube platformu üzerinde sorun yaşadığını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin %8,13'ü kendi internetlerinden kaynaklanan bağlantı problemleri yaşadıklarını, %6,50'si video başlıklarının eğitim içerikleri ile uyumsuz olduğunu, %4,07 izlenen videoların ses ve görüntü kalitesinin düşük olduğunu ve %3,25'i ise eğitim videosu ile ilgili sorularına dönüt alamadıkları gibi sorunlar yaşadıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin %24,39'u YouTube platformunda herhangi bir sorun yaşamadığını belirtmiştir.

“İnternetin gidip gelmesi, videoyu izlerken reklamların girmesi, videonun ses ve görüntü kalitesinin düşük olması, eğitim adıyla açılan ama içeriğinin eğitimle bağlantısı olmayan videolar.” (Ö88, Tema1: İnternet bağlantısı, Tema2: Reklam çıkması, Tema3: Görüntü kalitesinin iyi olmaması, Tema4: İçeriklerin denetlenmemesi)

“Aklıma takılan bir soruyu anlık eğitime sormamak.” (Ö101, Tema: Etkileşim eksikliği)

Youtube'da Bir Eğitim Videosunda Önem Verilmesi Gereken Nitelikler

Çalışmada öğrencilerin ideal bir eğitsel video içeriği için içerik üreticilerinin dikkat etmesi gereken niteliklere ilişkin oluşturulan kategoriler Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6

Youtube'da Bir Eğitim Videosunda Önem Verilmesi Gereken Nitelikler

Kategori	f	%
Kısa ve öz anlatım	35	17,24
Doğru bilgiler vermesi	22	10,84
Ortamın düzenlenmesi	17	8,37
Özgün olması	17	8,37
Açık ve anlaşılır anlatım	16	7,88
Hitap ettiği kitleye uygunluk	16	7,88
Konuyu örneklendirmesi	15	7,39
Özenli dil kullanması	12	5,91
Samimi olması	12	5,91
Zengin materyal kullanması	11	5,42
Düzenli içerik paylaşması	9	4,43
Planlı anlatım	7	3,45
Diksiyonunun iyi olması	6	2,96
Video başlık ve açıklamalarının düzenlenmesi	4	1,97
İzleyicilerle etkileşim içinde olması	2	0,99
Konuya hâkim olması	2	0,99
Toplam	203	100

Tablo 6 incelendiğinde öğrencilerin eğitsel video içeriği için içerik üreticilerden beklentilerinin çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. En çok öne çıkan kategoriler; eğitim konusunun özünün verilmesi ve kısa tutulması ile ilgili görüşleri içeren Kısa ve öz anlatım (%17,24), verilen bilgilerin doğru olması gerekliliği ile ilgili görüşleri içeren Doğru bilgiler vermesi (%10,84), video çekilen ortamın çevresel düzenlemeleri, kaliteli teknik ekipman ile çekim yapılması ile ilgili görüşleri içeren Ortamın düzenlenmesi (%8,37) ve özgün anlatım ve içeriğe sahip olması ile ilgili görüşleri içeren Özgün olması (%8,37) şeklinde sıralanabilir.

“Bence dikkat edilmesi gereken hususlar anlatımın anlaşılır, kısa, öz olmasıdır. Tekrarlardan kaçınılmalıdır. İçerik ilgi çekici olmalıdır. Ekipmanları doğru kullanılmalıdır. Video süresine dikkat etmelidir. Video başlıklarını hem ilgi çekici hem de anahtar kelimelerle de arama motoruna uyumlu hâle getirilmelidir. Çekilen videolar hakkında açıklama yapılmalıdır.” (Ö98, Tema1: Kısa ve öz anlatım, Tema2: Ortamın düzenlenmesi, Tema3: Video başlık ve açıklamalarının düzenlenmesi)

“Dikkat çekici konu belirlenmesi, tüm kesime hitap edebilmesi, gerçekçi bilgilere yer verilebilmesi, kısa ve öz konu seçmesini videonun etkileyici olmasını beklerim...” (Ö103, Tema1: Hitap ettiği kitleye uygunluk, Tema2: Doğru bilgiler vermesi, Tema3: Kısa ve öz anlatım)

“Hitap ettiği kitleye kendini ve konuları anlaşılır tane tane aktarması, hayattan örneklerle videoyu devam ettirmesi, üslubuna ve konuşma tarzına dikkat etmeli argo kelimeler

kullanmamalı ve bence şahsi düşüncem videolarda aynı kıyafetten kaçınmalı” (Ö78, Tema1: Açık ve anlaşılır anlatım, Tema2: Konuyu örneklendirmesi, Tema3: Özenli dil kullanması, Tema4: Ortamın düzenlenmesi, Tema5: Hitap ettiği kitleye uygunluk)

“Senaryonun eğitsel tasarımın detaylı şekilde içeriğe adapte edildiğine emin olması, seslendirme, görüntü kalitesi, sürenin uzun tutulmaması, akıcı ve anlaşılır olması, içeriğin ön görülen eğitsel hedeflerine uygun olarak nasıl bir kurguda sunulması gerektiğini belirleme, beklentilerim ise; seslendirme ve görüntü kalitesi, sürenin uzun tutulmaması, video hangi yaş grubuna hitap ediyorsa verilen mesajlarında o yaş grubuna hitap edilmesi ve üslubun ona uygun kullanılması. Diksiyonu düzgün olması.” (Ö76, Tema1: Ortamın düzenlenmesi, Tema2: Planlı anlatım, Tema3: Kısa ve öz anlatım, Tema4: Hitap ettiği kitleye uygunluk, Tema5: Diksiyonunun iyi olması)

“Belirli aralıklarla video çekmeli, mesajlara gün içerisinde dönmeli. Verdiği bilgiler doğru olmalı. Kendi net olmayan yorumlarını katarak insanları yanlış bilgiye sürüklememeli.” (Ö10, Tema1: Düzenli içerik paylaşması, Tema2: Doğru bilgiler vermesi, Tema3: İzleyicilerle etkileşim içinde olması)

“Vurgulara yer verilmeli, konu anlatılırken kullanılan materyallerde çeşitlilik olabilir. Işığın kullanımına dikkat edilmesi gerekir, dağınık bir ortam olmamalı her şey düzen içerisinde olmalı.” (Ö3, Tema1: Diksiyonunun iyi olması, Tema2: Zengin materyal kullanması, Tema3: Ortamın düzenlenmesi)

YouTube'un Eğitim Amacıyla Kullanılmasına İlişkin Genel Bulgular

Çalışmada öğrencilerin eğitim amacıyla kullanılması konusundaki görüşlerine ilişkin oluşturulan kategoriler Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7		
<i>YouTube'un Eğitim Amacıyla Kullanılmasına İlişkin Genel Bulgular</i>		
Kategori	f	%
Erişilebilirlik	37	25,34
Memnuniyet	31	21,23
Akademik ve Mesleki Gelişim	29	19,86
İçerik çeşitliliği	22	15,07
Esneklik	16	10,96
Olumsuz	5	3,42
Sesli ve görüntülü içerik	5	3,42
Etkileşim	1	0,68
Toplam	146	100

Tablo 7’deki verilen öne çıkan bazı kategoriler incelendiğinde öğrenciler, ücretsiz sunulan YouTube eğitim videolarının fırsat eşitliği sağlaması nedeniyle %25,34 ile

erişilebilirliğe vurgu yapmışlardır. Öğrencilerin %21,23'ü Youtube'u eğitim amacıyla kullanmaktan memnuniyet duyduklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin %19,86'sı ise YouTube eğitim videolarının akademik ve mesleki gelişimlerine katkı sunduğunu belirtmişlerdir. Öğrencilerin %3.42'si ise YouTube eğitim videolarında yer alan bilgilerin doğru olmaması gibi sebeplerle olumsuz görüş bildirmişlerdir.

“İnsanlar için verimli bir uygulama. Okullarda ve diğer eğitim kurumlarında eğitim almak isteyen kişiler gidebilirken evde olan ya da hasta olan, engeli olan kişiler de bu eğitim kanalları sayesinde bilgi sahibi oluyor.” (Ö3, Tema: Erişilebilirlik)

“Bir sosyal medya platformunun beni hem eğlendirmesi hem düşündürmesi hem bilgi vermesi beni mutlu ediyor. Öğrendiğim şeye dilediğim yorumu yapabiliyorum, verim aldığım bir videoyu beğenip görüşlerimi bildirebiliyorum bu yüzden son derece keyifli buluyorum.” (Ö2, Tema1: Memnuniyet, Tema2: Etkileşim)

“Faydalı bilgileri güzel bir şekilde aktarmayı iyi başaran platform. Bu sayede her insan için faydalı bir platform oluyor. Eğitim amaçlı videoların sayısı gittikçe artıyor ve içerik bakımından da daha da zenginleşiyor bu nedenle daha iyi bir platform oluyor. (Ö87, Tema1: Akademik ve Mesleki Gelişim, Tema2: İçerik çeşitliliği)

“Bir konunun nasıl yapılacağını hem görsel hem de işitsel olarak görebilmeniz gayet güzel bir durum. Aynı zamanda bir defa izlemeyle anlayamadığımız ya da kaçırdığımız yerleri geri alarak veya durdurarak izlemek bizler için önemli noktalar. Bazen arkadaşlarımıza da yönlendirilebilir olması zaman kazanmak açısından çok çok güzel.” (Ö57, Tema1: Sesli ve görüntülü içerik, Tema2: Memnuniyet)

“Herkesin ulaşabileceği kendini geliştirebileceği bir alan. Yararlı olduğu kadar yarar sağlamayan yanlış bilgiler içeren videolar da var tabii. Onun içinde iyi bir kanal seçmemiz gerekiyor.” (Ö104, Tema: Olumsuz)

Sonuç ve Tartışma

Eğitimciler, öğrencilerinin daha iyi öğrenme deneyimlerine sahip olmalarını sağlamak adına çeşitli ortamlar kullanmaktadırlar. Teknoloji kullanımının öğretme-öğrenme sürecine olumlu etkisi olması nedeniyle eğitimciler, öğrencileri teşvik etmek için Youtube videolarını kullanabilirler (Fitri, 2022). Aynı zamanda öğrenciler de kişisel ve akademik gelişimlerine katkı sağlaması amacıyla bu tür ortamlarda vakit geçirirler. Bu ortamlardan birisi olan ve yaygın kullanım ağına sahip olan YouTube ile öğrenenler örgün eğitim sistemlerinden bağımsız olarak istedikleri bilgiyi istedikleri anlatıcıdan dinleme şansına sahiptirler. Bu noktadan hareketle bu çalışmada uzaktan eğitim sistemine kayıtlı öğrencilerin YouTube'u bir öğrenme ortamı olarak kullanmalarına ilişkin değerlendirme yapmaları amaçlanmıştır.

Çalışmanın sonuçları incelendiğinde çalışmaya katılan öğrencilerin yarıdan fazlasının YouTube platformuna abone olduğu ve sıklıkla YouTube'u hem eğitsel hem de diğer amaçlar

için kullandıkları görülmüştür. Sarıtaş ve Özgün (2016) öğrencilerin sosyal medya tutumlarını inceledikleri çalışmalarında; YouTube, Facebook, Twitter gibi sosyal medya ortamlarını sosyalleşme, haberleşme, eğlencenin yanı sıra bilgi edinme amacıyla da kullandıklarını tespit etmişlerdir.

Öğrencilerin eğitsel içeriği olan videolar ile eğlence, söyleşi gibi kanallar arasındaki farklılıklara ilişkin ifadeleri üç farklı açıdan incelenmiştir. Öğrenciler, en belirgin farkın içerik sunumundan kaynaklandığını belirtmişlerdir. İçeriğin yararlı, güvenilir olması, uygun video süresine sahip olması ve içeriğin yapılandırılmış olması öğrenciler açısından belirleyici faktörlerdir. İçeriğin denetlenebilir ve güvenilir olması noktasında sağlık gibi hayati öneme sahip olan YouTube eğitim video içeriklerinin doğru bilgiler sunmadığını ve bu tür içeriklerin denetlenmeden yayınlamasının sakıncalı olduğunu ifade eden çalışmalar mevcuttur (Songur ve Çıtırık, 2022; Tosun ve Tosun, 2022). YouTube, kolay erişilebilir ve ücretsiz olması nedeniyle birçok insan bilgi edinmek amacıyla YouTube'ü tercih etmekte ve sunulan bilgilere güvenebilmektedir. Bu yüzden, merkezi bir denetim sisteminin olmadığı YouTube'da içerik üreticileri eğitim verme amacıyla hazırladıkları videolarında doğru ve güvenilir bilgiler vermeye özen göstermelidir. Brame (2016), eğitim aracı olarak videoların daha etkin kullanımını sağlamak ve öğrenci katılımını üst düzeye çıkarmak için videoların kısa tutulması ve konuların bölümlendirilerek sunulması gerektiğini ifade etmektedir. Bu sayede videoların izlenme olasılıkları da artacaktır. Guo vd. (2014), Kitleleş Açık Çevrim İçerik Derslerinde sunulan videoları inceledikleri çalışmalarında 6 dakikadan kısa videoların daha fazla izlendiğini, video süresinin arttıkça izlenme sayılarının düştüğünü tespit etmiştir. Bu noktadan hareketle video sürelerinin uzun tutulmamasına ve konunun özünün verilmesine dikkat edilmelidir. Öğrencilerin farklılık göstermesini bekledikleri ikinci unsur anlatımdır. İçeriği sunan eğitimcinin takındığı tavır, dikkat ve ilgi çekici anlatımı ile kullandığı dil öğrenciler için önem arz etmektedir. Bazı araştırmacılar, mizahi videoların öğrenmede kalıcılık sağladığı sonucuna ulaşmışlardır (Duverger ve Steffes, 2012). Öğrencilerin farklılık bekledikleri üçüncü unsur ise ortamdır. Ortamdaki videolara erişebilme, denetlenebilir içeriklerin olması, reklamsız içerik ve alt yazı desteği gibi konular bu unsur içerisinde yer almaktadır. Bu sonuçlar, Cihangir ve Çoklar (2021) tarafından yapılan çalışmada çıkan sonuçlarla örtüşmektedir.

Öğrencilerin izledikleri eğitim videolarını yarıda bırakma nedenleri incelendiğinde dört farklı unsurdan bahsedilmiştir. Bunlardan ilki anlatım yöntemi, diksiyon, beden dili gibi durumları içeren anlatıcı özellikleri; ikincisi ilgi çekici olmayan, beklentiyi karşılamayan, kapsam dışı içerik gibi görüşleri içeren içerik özellikleri; üçüncüsü kişisel ve dış faktörleri

içeren izleyiciye ait etmenler ve dördüncüsü ise video esnasında karşılaşılan reklamları içeren ortama ilişkin görüşlerdir. Videolarda anlatıcının resmi bir dil yerine günlük konuşma dilini kullanması, hızlı ve coşkulu bir şekilde anlatması öğrencilerin anlatıcı ile sosyal bir ilişki kurmasında etkili olabilir. Ayrıca eğitim videolarında konu dışı bilgilerin yer alması veya videoda çeşitli karmaşık görsellerin kullanılması öğrencilerin dikkatini dağıtabilmekte ve bilişsel yükü artırarak öğrenmeyi olumsuz etkileyebilmektedir (Brame, 2016). Eğitim videolarının gereksiz materyallerden arındırılarak tek bir öğrenme hedefine odaklanması gerektiğini önerilmektedir (Mayer ve Fiorella, 2014; Van der Zee vd, 2017).

Öğrencilerin YouTube'a ilişkin yaşadıkları sorunlar incelendiğinde en büyük problemin video başlangıçlarında veya aralarında konudan bağımsız araya giren ve izlenmek zorunda bırakılan reklamların olduğu görülmüştür. YouTube platformundaki video başlangıcında ve sırasında çıkan reklamlar hakkında olumsuz düşünceler içeren çalışmalar bulunmaktadır (Cihangir ve Çoklar, 2021; Okulmuş ve Topuz, 2022). Ayrıca diğer karşılaşılan sorunlar arasında ise öğrencilerin kendilerinden kaynaklanan internet bağlantısı sorunu bulunmaktadır. Öğrencilerin eğitsel videoları diğer videolardan farklılığında da dile getirdikleri gibi denetlenmeyen içerikler sorun olarak karşılımlarına çıkmaktadır. İçerik üreticisinin videolar altında yapılan yorumlara ve mesajlara dönüt vermemesi, YouTube'un canlı videolar haricinde anlık dönüt vermeye uygun olmaması gibi nedenlerle öğrenciler etkileşim eksikliği konusunu sorun olarak ifade etmektedir.

Öğrenciler, YouTube içerik üreticilerinin en çok dikkat etmeleri gereken konuların başında kısa ve öz anlatımın olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra kanalın doğru bilgiler vermesi, eğitim verdikleri ortamın düzenlenmesi, özgün olması, dikkatli bir dil kullanımı ile hitap ettikleri kitleye uygun bir içerik sunmasına dikkat çekmişlerdir.

Eğitim amacıyla YouTube kullanımına ilişkin sonuçlarda ise genel görüşlerin olumlu olduğu görülmüştür. Yaygın bir kullanıma sahip olan YouTube'un herkes tarafından kolay erişilebilir ve ücretsiz bir ortam olması, akademik, mesleki ve kişisel gelişim için fırsatlar sunması, çok çeşitli içeriğe istedikleri zaman ve mekânda ulaşılabilmesi gibi nedenlerle öğrenciler bu ortamın gelişimlerine büyük katkılar sağladığını ifade etmişlerdir. Okulmuş ve Topuz (2022) video ortamlarının kullanılabilirliklerine ilişkin yaptıkları çalışmalarında, bu çalışmaya benzer şekilde YouTube'un kolay kullanıma sahip olduğu, içerik açısından zengin olduğu ve hızlı bir platform olduğu sonucuna ulaşmışlardır. YouTube videolarının öğrencilerin öğrenmeleri üzerinde olumlu etkileye sahip olduğu ve bu videoların değerli bir öğrenme aracı

olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar mevcuttur (Dupuis vd., 2013; Jackman ve Roberts, 2014; Alwehaibi, 2015; Moghavvemi vd.,2018; Mady ve Baadel, 2020).

Genel olarak çalışmanın sonuçları incelendiğinde öğrenciler, YouTube’u hem teorik hem de pratik açıdan bilgi ve beceri elde edebilecekleri, gündelik hayatta karşılaştıkları problemlere ilişkin çözümler bulabilecekleri, mesleki, fiziksel, sosyal, sanatsal ve kültürel gelişimlerine katkı sunabilecek bir öğrenme ortamı olarak değerlendirmektedirler.

Öneriler

Bu çalışmanın sonuçları resmî olmayan öğrenme ortamı olarak YouTube’un önemli bir role sahip olduğunu göstermektedir. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalar;

- Belirli bir YouTube eğitim kanalının belirlenmiş bir hedef kitle tarafından incelenmesi sonucu bir durum çalışması yapılması,
- İdeal video eğitim sürelerinin belirlenmesi,
- Farklı eğitim seviyelerindeki öğrencilerin ve öğretmenlerin eğitsel içerikli videolar ile ilgili görüşlerinin incelenmesi,
- Belirli bir konu üzerinde beceri kazanılması amacıyla sosyal medya ortamlarının incelenmesi

gibi konular üzerine odaklanabilir.

Kaynakça

- Abu-Taieh, E., AlHadid, I., Masa'deh, R., Alkhalwaldeh, R. S., Khwaldeh, S. ve Alrowwad, A. (2022). Factors influencing Youtube as a learning tool and its influence on academic achievement in a bilingual environment using extended Information Adoption Model (IAM) with ml prediction-jordan case study. *Applied Sciences*, 12(12), 5856. DOI: 10.3390/app12125856
- Alwehaibi, H. O. (2015). The impact of using Youtube in EFL classroom on enhancing EFL students' content learning. *Journal of College Teaching & Learning (TLC)*, 12(2), 121-126.
- Brame, C. J. (2016). Effective educational videos: Principles and guidelines for maximizing student learning from video content. *CBE—Life Sciences Education*, 15(4), es6. DOI: 10.1187/cbe.16-03-0125
- Buzzetto-More, N. A. (2014). An examination of undergraduate student's perceptions and predilections of the use of YouTube in the teaching and learning process. *Interdisciplinary Journal of E-Learning and Learning Objects*, 10, 17-32. DOI: 10.28945/1965
- Cihangir, H. H. ve Çoklar, A. N. (2021). Using youtube as an education environment: examining follower views. *International Technology and Education Journal*, 5(1), 50-60.
- Creswell, J. W. (2020). *Nitel araştırma yöntemleri: beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*, (Çev. Ed: Bütün, M. & Demir, S.B.). 5. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çangal, Ö. (2020). Yabancılarla Türkçe öğretiminde sosyal medya kullanımının yazma becerisine etkisine yönelik öğrenci görüşleri. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2020 Sonbahar Özel Sayı I/II, 52-61.
- Dupuis, J., Coutu, J. ve Laneuville, O. (2013). Application of linear mixed-effect models for the analysis of exam scores: Online video associated with higher scores for undergraduate students with lower grades. *Computers & Education*, 66, 64-73. DOI: 10.1016/j.compedu.2013.02.011
- Duverger, P., & Steffes, E. M. (2012). Using YouTube videos as a primer to affect academic content retention. *Metropolitan Universities*, 23(2), 51-66.
- Fitri, L. (2022). The use of youtube to teach intercultural communication. *Jurnal Ilmiah Spectral*, 8(2), 071-078.
- Guo, P. J., Kim, J., & Rubin, R. (2014). How video production affects student engagement: An empirical study of MOOC videos. *In Proceedings of the first ACM conference on Learning@ scale conference*. 41-50.
- Hasamnis, A. A. ve Patil, S. S. (2019). YouTube as a tool for health education. *Journal of Education and Health Promotion*, 8. DOI: 10.4103/jehp.jehp_150_19
- İlhan, E. ve Aydoğdu, A. G. (2019). Youtube kullanıcılarının kullanım motivasyonlarının incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1130-1153. DOI: 10.19145/e-gifder.570677
- Jackman, W. M., & Roberts, P. (2014). Students' perspectives on YouTube video usage as an e-resource in the university classroom. *Journal of Educational Technology Systems*, 42(3), 273-296. DOI: 10.2190/ET.42.3.f
- Khalid, A. ve Muhammad, K. (2012). The use of YouTube in teaching English literature: the case of Al-Majma'ah Community College, Al-Majma'ah University (case study). *International Journal of Linguistics*, 4(4), 525-551. DOI: 10.5296/ijl.v4i4.2930

- Mady, M. A. ve Baadel, S. (2020). Technology-enabled learning (TEL): YouTube as a ubiquitous learning aid. *Journal of Information & Knowledge Management*, 19(01). DOI: 10.1142/S0219649220400079
- Mayer, R. E., & Fiorella, L. (2014). Principles for reducing extraneous processing in multimedia learning: coherence, signalling, redundancy, spatial contiguity and temporal contiguity principles. In R. E. Mayer (Ed.), *The Cambridge handbook of multimedia learning* (pp. 279-315). New York: Cambridge University Press.
- Maziriri, E. T., Gapa, P. ve Chuchu, T. (2020). Student perceptions towards the use of Youtube as an educational tool for learning and tutorials. *International Journal of Instruction*, 13(2), 119-138. DOI: 10.29333/iji.2020.1329a
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. London: Sage Publication.
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A., Jaafar, N. I. ve Kasem, N. (2018). Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of youtube. *The International Journal of Management Education*, 16(1), 37-42. DOI: 10.1016/j.ijme.2017.12.001
- Okulmuş, E. ve Topuz, A. C. (2022). Video platformlarının kullanılabilirliklerinin değerlendirilmesi: Youtube ve Dailymotion. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(54), 13-34. DOI: 10.17498/kdeniz.1099186
- Orús, C., Barlés, M. J., Belanche, D., Casalo, L., Fraj, E. ve Gurrea, R. (2016). The effects of learner-generated videos for YouTube on learning outcomes and satisfaction. *Computers & Education*, 95, 254-269. DOI: 10.1016/j.compedu.2016.01.007
- Sari, Y. N. ve Margana, M. (2019). Youtube is a learning medium to improve the student's speaking ability in the 21st century. *JELTL (Journal of English Language Teaching and Linguistics)*, 4(12), 263-273. DOI: 10.21462/jeltl.v4i2.296
- Sarıtaş, E. ve Özgün, H. S. (2016). Bilgi edinme çerçevesinde meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının analizine yönelik nitel bir araştırma. *III. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi Tam Metin Bildiri Elektronik Kitabı*, Aydın, Türkiye, 114-123.
- Songur, M. S. ve Çıtırık, M. (2022). Youtube'da epiretinal membran cerrahisi. *Van Tıp Dergisi*, 29(3), 327-331. DOI: 10.5505/vtd.2022.67503
- Van der Zee, T., Admiraal, W., Paas, F., Saab, N., & Giesbers, B. (2017). Effects of subtitles, complexity, and language proficiency on learning from online education videos. *Journal of Media Psychology*, 29, 18-30.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yılmaz, A. (2021). Yabancı dil olarak Türkçe öğrenen lise öğrencilerinin sosyal medya aracılığıyla elde ettikleri kazanımlar: Bosna Hersek örneği. *Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 7(42), 1361-1371. DOI: 10.31589/JOSHAS.672
- Torres-Ramírez, M., García-Domingo, B., Aguilera, J. ve De La Casa, J. (2014). Video-sharing educational tool applied to the teaching in renewable energy subjects. *Computers & Education*, 73, 160-177. DOI: 10.1016/j.compedu.2013.12.014
- Tosun H. ve Tosun A. (2022). Kan basıncı ölçümü için bir bilgi kaynağı: Youtube analizi. *Turkish Journal of Cardiovascular Nursing*, 13(30), 28-35. DOI: 10.5543/khd.2022.212437
- Tugrul, T. O. (2012). Student perceptions of an educational technology tool: Video recordings of project presentations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 64, 133-140. DOI: 10.1016/j.sbspro.2012.11.016

Yazarlar Hakkında

Emine ARUĞASLAN



Lisans eğitimini 2002 yılında Süleyman Demirel Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Bilgisayar Sistemleri Öğretmenliği programında ve yüksek lisans eğitimini 2008 yılında Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Elektronik-Bilgisayar Eğitimi Anabilim dalında, doktorasını ise 2017 yılında Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yaşam Boyu Öğrenme ve Yetişkin Eğitimi Anabilim dalında tamamlamıştır. 2002-2009 yılları arasında Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı ortaöğretim kurumlarında kadrolu olarak teknik öğretmenlik yapmıştır. Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesinde kurulan ve şu anda Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesine bağlı olan Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulunda 2009-2019 yılları arasında öğretim görevlisi olarak çalışmıştır. 2019 yılından itibaren Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulunda, Doktor Öğretim Üyesi olarak çalışmalarına devam etmektedir.

Posta adresi: Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu
Tel (İş): +90 246 214 70 01
Eposta: eminearugaslan@isparta.edu.tr

Hanife ÇİVRİL



Lisans eğitimini 2005 yılında Süleyman Demirel Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Bilgisayar Sistemleri Öğretmenliği programında ve yüksek lisans eğitimini 2009 yılında Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Elektronik-Bilgisayar Eğitimi Anabilim dalında, doktorasını ise 2017 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uzaktan Eğitim Anabilim dalında tamamlamıştır. 2005-2008 yılları arasında Milli Eğitim Bakanlığına bağlı bir ortaöğretim kurumunda kadrolu olarak teknik öğretmenlik yapmıştır. Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesinde kurulan ve şu anda Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesine bağlı olan Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulunda 2008-2019 yılları arasında Uzman olarak çalışmıştır. 2019 yılından itibaren Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulunda, Doktor Öğretim Üyesi olarak çalışmalarına devam etmektedir.

Posta adresi: Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu
Tel (İş): +90 246 214 70 01
Eposta: hanifecivril@isparta.edu.tr