



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ ANABİLİM DALI

BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK

LİSANS PROGRAMI

**ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR EĞİTSEL YOUTUBE
KANALININ TASARIM VE PROGRAM ÖGELERİ AÇISINDAN İÇERİK
ANALİZİ VE İZLEYİCİ GÖRÜŞLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÇİĞDEM CEYLAN

Tez Danışmanı

DOÇ. DR. ÖZDEN ŞAHİN İZMİRLİ

ÇANAKKALE – 2023



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI

**ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR EĞİTSEL YOUTUBE
KANALININ TASARIM VE PROGRAM ÖGELERİ AÇISINDAN İÇERİK
ANALİZİ VE İZLEYİCİ GÖRÜŞLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÇİĞDEM CEYLAN

Tez Danışmanı

DOÇ. DR. ÖZDEN ŞAHİN İZMİRLİ

ÇANAKKALE-2023



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



Çiğdem CEYLAN tarafından Doç. Dr. Özden ŞAHİN İZMİRLİ yönetiminde ve Dr. Öğr. Üyesi Gökçe BECİT İŞÇİTÜRK ikinci danışmanlığında hazırlanan ve **13/01/2023** tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan “**Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Bir Eğitsel YouTube Kanalının Tasarım ve Program Öğeleri Açısından İçerik Analizi ve İzleyici Görüşleri**” başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı**’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Doç. Dr. Özden ŞAHİN İZMİRLİ

(Danışman)

Dr. Öğr. Üyesi Ozan COŞKUNSERÇE

Dr. Öğr. Üyesi Şefika Melike ÇAĞATAY

.....

.....

.....

Tez No :

Tez Savunma Tarihi : 13/01/2023

.....

Doç. Dr. Yener PAZARCIK

Enstitü Müdürü

.././2023

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

Çiğdem CEYLAN

13/01/2023

TEŞEKKÜR

Eğitim hayatım boyunca üzerimde emeği olan bütün öğretmenlerime teŖekkr bir borç bilirim.

Tecrübesi ve bakıŖ açısıyla alıŖma konumun Ŗekillenmesini ve motivasyonum her dŖtđnde bitmeyen olumlu enerjisi ile toparlanarak yol almamı sağlayan değerli danıŖman hocam Doç. Dr. Özden ŖAHİN İZMİRLİ'ye, tezin en güzel Ŗekilde sonuçlanması için tüm samimiyeti ve bilgi birikimiyle katkı sağlayan ikinci danıŖman hocam Dr. Öğretim yesi Gökçe BECİT İŖİTRK'e tüm kalbimle teŖekkr ederim. İyi ki öğrenciniz olabilmifim.

alıŖma sürecinde bilgilerini objektif olarak bizimle paylaŖan "Basfi ile Deneysel Bilim" YouTube kanalı ailesine tüm samimiyetinden dolayı teŖekkr ederim.

Tez jürisinde değerli grŖleri ile katkı sağlayan Dr. Öğretim yesi Ŗefika Melike ÇAĞATAY ve Dr. Öğretim yesi Ozan COŖKUNSERE' ye teŖekkr ederim.

Yüksek Lisans eğitimimin ders aŖamasında desteği olmadan dersleri takip edemeyeceğim kıymetli arkadaŖım Hatice GİDER'e tüm samimiyetimle teŖekkr ederim.

Hayatım boyunca dualarını, sevgi ve desteklerini her zaman yanımda hissettiğim babam İhsan GZ ve annem Melek GZ'e ve biricik kardeŖim zgr GZ'e teŖekkr eder, minnetlerimi sunarım.

Tez yazım sürecine doğrudan katkıları bir tarafa, sevinci de üzüntüyü de paylaŖtıđım, her anlamda yanımda olan ve benimle yürüyen, duraksadığımda beni cesaretlendiren yol arkadaŖım, sevgili eŖim Volkan CEYLAN'a teŖekkr ederim. İyi ki varsın.

Çiğdem CEYLAN
anakkale, Ocak 2023

ÖZET

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR EĞİTSEL YOUTUBE KANALININ TASARIM VE PROGRAM ÖGELERİ AÇISINDAN İÇERİK ANALİZİ VE İZLEYİCİ GÖRÜŞLERİ

Çiğdem CEYLAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Doç. Dr. Özden ŞAHİN İZMİRLİ

İkinci Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Gökçe BECİT İŞÇİTÜRK

13/01/2023, 202

Bu araştırmada, yüksek izlenme sayısına ulaşmış eğitici bir YouTube kanalının videolarında benimsenen tasarım özelliklerinin ve program öğelerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Nitel araştırma yöntemi ile yapılan çalışmanın birinci aşamasında “Basfi İle Deneysel Bilim” kanalının en çok izlenme, beğeni ve yorum sayısına sahip ilk on videosu analiz edilmiş, ikinci aşamasında ise kanalın içerik üreticisi ve izleyicileri ile görüşme yapılmıştır. Çalışma grubunu, kanalın içerik üreticisi olarak 1 katılımcı, kanal izleyicisi olarak 112 katılımcı olmak üzere toplam 113 katılımcı oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak, tematik analiz matrisi ve iki farklı yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Veri analizi aşamasında videoların Mayer’in çoklu ortam tasarımı ilkelerine göre betimsel analizi ve program öğelerine göre içerik analizi yapılmıştır. Kanal içerik üreticisi ve izleyicileri ile yapılan görüşmelere ait verilerin ise içerik analizi yapılmıştır.

Araştırma sonucunda, video içerik analizinden elde edilen bulgulara göre, öne çıkan bir YouTube kanalına ait eğitsel videoların çoklu ortam tasarım ilkelerine uyum sağladığı ve program öğeleri içerdiği tespit edilmiştir. Görüşme verilerinden elde edilen bulgulara göre ise, izleyici ve içerik üreticinin izlenme sebeplerine yönelik görüşlerinin, videolarda tespit edilen tasarım ve program öğelerini desteklediği belirlenmiştir. Bu bağlamda YouTube eğitici videolarının üretim sürecinde çoklu ortam tasarım ilkeleri ve program

ögelerinin dikkate alınması, bununla birlikte YouTube platformunun doğasına uyum sağlayacak ögelere de yer verilmesi gerektiği belirlenmiş ve içerik üreticilere önerilerde bulunulmuştur. Araştırma YouTube platformuna eğitici içerik üretecek bireyler, içerik üretim süreçleri ve içerik tasarımı alanlarında çalışan araştırmacılar için önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Eğitsel video, Çoklu ortam tasarım ilkeleri, YouTube, YouTube eğitici kanal



ABSTRACT

CONTENT ANALYSIS AND VIEWERS OPINIONS OF AN EDUCATIONAL YOUTUBE CHANNEL FOR SECONDARY SCHOOL STUDENTS WITH RESPECT TO DESIGN AND PROGRAM ELEMENTS

Çiğdem CEYLAN

Çanakkale Onsekiz Mart University

School of Graduate Studies

Master of Science Thesis in Computer Education and Instructional Technology

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Özden ŞAHİN İZMİRLİ

Co-Advisor: Assist. Prof. Dr. Gökçe BECİT İŞÇİTÜRK

13/01/2023, 202

In this research, it is aimed to determine the design features and program elements adopted in the videos of an educational YouTube channel that has reached a high number of views. In the first stage of the study conducted with the qualitative research method, the top ten videos of the “Experimental Science with Basfi” channel with the highest number of views, likes and comments were analyzed, and in the second stage, interviews were made with the content producer and viewers of the channel. The working group consists of a total of 113 participants, 1 participant as the content producer of the channel and 112 participants as the channel viewer. Thematic analysis matrix and two different semi-structured interview forms were used as data collection tools. In the data analysis phase, descriptive analysis of the videos according to Mayer's multimedia design principles and content analysis according to program elements were made. Content analysis of the data of the interviews with the channel content producer and viewers was made.

As a result of the research, according to the findings obtained from the video content analysis, it was determined that the educational videos of a prominent YouTube channel comply with the multimedia design principles and contain program elements. According to the findings obtained from the interview data, it was determined that the views of the viewer and the content producer regarding the reasons for watching support the design and program elements identified in the videos. In this context, it has been

determined that the multimedia design principles and program elements should be taken into account in the production process of YouTube educational videos, along with elements that will adapt to the nature of the YouTube platform, and suggestions have been made to content producers. Research is important for individuals who will produce educational content for the YouTube platform, researchers working in the fields of content production processes and content design.

Keywords: Educational video, Multimedia design principles, YouTube, YouTube educational channel



İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
JÜRİ ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
SİMGELER ve KISALTMALAR.....	xii
TABLolar DİZİNİ.....	xiii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xvii

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları.....	4
1.3. Araştırmanın Önemi.....	5
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	7
1.5. Araştırmanın Varsayımları.....	7
1.6. Tanımlar.....	7

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

2.1. Web 2.0 ve Yeni Nesil Bilgi Paylaşım Araçları.....	9
2.1.1. Web 2.0 Araçları	10
Video Paylaşım ve Sosyal Ağ Siteleri.....	11
2.2. Web 2.0 ile Gelen Yeni Beceri: Kullanıcı Bazlı İçerik Üretimi.....	14
2.2.1. Katılımcı Kültür Yaklaşımı.....	16
2.2.2. YouTube'un Katılımcı Kültür Unsuru.....	19
2.3. Bir Öğretim Aracı /Ortamı Olarak Video.....	22
2.3.1 Eğitici Video İçerikler.....	22
2.3.2 YouTube'daki Eğitici Video İçerikler.....	24
Geçmişten Bugüne YouTube'daki Eğitici İçerikler.....	24

YouTube’da Başarılı Bir Eğitici İçerik Nasıl Üretilir?.....	27
YouTube Eğitici İçeriklerinin Format Çeşitleri.....	28
İzleyiciler ile İlişkiler.....	30
2.4. Çoklu Ortamla Öğrenmenin Bilişsel Kuramı.....	31
2.5. Çoklu Ortamla Öğrenmenin Tasarım İlkeleri.....	34
2.6. İlgili Araştırmalar.....	35
2.6.1. YouTube’un Eğitim Amaçlı Kullanımı ile İlgili Çalışmalar.....	36
2.6.2. Çoklu Ortam Öğrenmenin Tasarım İlkeleri ile İlgili Çalışmalar.....	41

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ/MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli.....	48
3.1.1. Araştırma Süreci.....	48
YouTube Kanalı’nın Seçilmesi.....	49
Kanal Hakkında Bilgi.....	51
Video İçeriklerin Seçilmesi.....	53
3.2. Çalışma Grubu.....	55
3.2.1. Görüşme Yapılacak Katılımcıların Seçilmesi.....	56
3.3. Veri Toplama Aracı.....	57
3.3.1. İçerik Analizi Veri Toplama Aracı.....	57
3.3.2. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu.....	59
İçerik Üretici Görüşme Formu.....	61
İzleyici Görüşme Formu.....	61
3.4. Verilerin Toplanması.....	62
3.5. Verilerin Analizi.....	63

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. “Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube Kanalı Videolarının Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	68
4.1.1. “Sudan Korkan Malzeme” [V1] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	68
Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	69
Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	73

4.1.2.	“Sadece 2 Maddeyle Dev Plastik Yaptım” [V2] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	74
	Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	75
	Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	78
4.1.3.	“En Hızlı Köpüren Sabun Deneyi- Barış Özcan’ın Ses Desteğıyla” [V3] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	80
	Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	81
	Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	84
4.1.4.	“Günün Menüsü: Yeşil Yumurta (Evde Deneyin!)” [V4] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	86
	Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	86
	Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	90
4.1.5.	“Dünya’nın En Sert Sıvısı ile Deney Yaptım (Evde Deneyin!)” [V5] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	92
	Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	93
	Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	96
4.1.6.	“Çok Şaşıracacağınız Yanlışıklıkla Keşfedilmiş 5 Buluş” [V6] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	98
	Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	99
	Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	103
4.1.7.	“Soğuk Suya Mürekkep Damlatırsak Ne Olur? (Evde Deneyin!) [V7] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	104
	Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	105
	Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	108
4.1.8.	“Kot Pantolon Neden Mavidir?” [V8] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	110
	Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	111
	Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	114
4.1.9.	“Madeni Paralar Neden Yuvarlak” [V9] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	115
	Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	115
	Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	119
4.1.10.	“Neden Niagara Şelalesi Önünde Nikola Tesla Heykeli Var? [V10] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	120

	Video İçeriğin Tasarım zelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	121
	Video İçeriğin Program gelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları	124
4.2.	Kanalın İçerik üreticisine ve İzleyicilerine Göre Kanal Videolarının Tasarım geleri Açısından İzlenme Gereğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	127
4.2.1.	Kanalın İçerik reticisine Göre, EĞitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Tasarım gelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	127
4.2.2.	Kanalın İçerik reticisine Göre, EĞitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Etmenlere İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	131
4.2.3.	Kanal İzleyicilerine Göre, EĞitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Tasarım gelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	142
4.2.4.	Kanal İzleyicilerine Göre, EĞitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Etmenlere İlişkin Bulgular ve Yorumları.....	155

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

5.1.	Sonuç.....	165
5.1.1.	Popüler Bir EĞitici YouTube Kanalındaki EĞitsel Videoların Tasarım zelliklerine İlişkin Tartışma ve Sonuçlar.....	165
5.1.2.	Popüler Bir EĞitici YouTube Kanalındaki EĞitsel Videoların Program gelerine İlişkin Tartışma ve Sonuçlar.....	171
5.1.3.	Kanalın İçerik reticisine Göre, EĞitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Tasarım gelerine İlişkin Sonuç ve Tartışma.....	175
5.1.4.	Kanalın İzleyicilerine Göre, EĞitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Tasarım gelerine İlişkin Sonuç ve Tartışma.....	177
5.2.	neriler.....	184
5.2.1.	Uygulamaya Yönelik neriler.....	184
5.2.2.	Araştırmaya Yönelik neriler.....	185
	KAYNAKÇA	187
	EKLER	I
	EK 1. Kanal İzin Belgesi.....	I
	EK 2. İzleyici Görüşme Formu.....	II
	EK 3. İçerik retici Görüşme Formu.....	III
	EK 4. Etik Kurul İzin Belgesi.....	VI
	ÖZGEÇMİŞ	VII

SİMGELER VE KISALTMALAR

BÖTE	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi
UGC	User Generated Content (Kullanıcı Üretimli İçerik)
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
FATİH	Fırsatları Arttırma Teknolojiyi İyileştirme Hareketi Projesi
EBA	Eğitim Bilişim Ağı
OFCOM	Office of Communications



TABLULAR DİZİNİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
Tablo 1	Çoklu ortam tasarım ilkeleri (Mayer, R. E. (2021).	34
Tablo 2	İçerik üreticiye ilişkin demografik bilgiler	55
Tablo 3	İzleyicilere ilişkin demografik bilgiler	56
Tablo 4	Tematik analiz matrisi	58
Tablo 5	Araştırma sorularının veri toplama araçları ve analiz teknikleri ile eşleştirilmesi	64
Tablo 5 (devamı)	Araştırma sorularının veri toplama araçları ve analiz teknikleri ile eşleştirilmesi (devamı)	65
Tablo 6	Doğrudan alıntılar için örnek kodlama gösterimi	67
Tablo 7	Sudan Korkan Malzeme başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri	68
Tablo 8	Sudan Korkan Malzeme başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu	69
Tablo 9	Sadece 2 Maddeyle Dev Plastik Yaptım! başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri	74
Tablo 10	Sadece 2 Maddeyle Dev Plastik Yaptım! başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu	75
Tablo 11	En Hızlı Köpüren Sabun Deneyi-Bariş Özcan'ın Ses Desteğiyle başlıklı analiz edilecek videoya ait YouTube arayüz bilgileri	81
Tablo 12	En Hızlı Köpüren Sabun Deneyi-Bariş Özcan'ın Ses Desteğiyle başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu	81
Tablo 12 (devamı)	En Hızlı Köpüren Sabun Deneyi-Bariş Özcan'ın Ses Desteğiyle başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu (devamı)	82
Tablo 13	Günün Menüsü: Yeşil Yumurta (Evde deneyin!) başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri	86
Tablo 14	Günün Menüsü: Yeşil Yumurta (Evde deneyin!) başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu	87

Tablo 15	Dünyanın En Sert Sıvısı ile Deney Yaptım (Evde Deneyin!) başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri	92
Tablo 16	Dünyanın En Sert Sıvısı ile Deney Yaptım (Evde Deneyin!) başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu	93
Tablo 17	Çok Şaşıracacağınız Yanlışıklıkla Keşfedilmiş 5 Buluş başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri	99
Tablo 18	Çok Şaşıracacağınız Yanlışıklıkla Keşfedilmiş 5 Buluş başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu	99
Tablo 18 (devamı)	Çok Şaşıracacağınız Yanlışıklıkla Keşfedilmiş 5 Buluş başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu (devamı)	100
Tablo 19	Soğuk Suyu Mürekkep Damlatırsak Ne Olur? (Evde Deneyin!) başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri	104
Tablo 20	Soğuk Suyu Mürekkep Damlatırsak Ne Olur? (Evde Deneyin!) başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu	105
Tablo 21	Kot Pantolonlar Neden Mavidir? başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri	110
Tablo 22	Kot Pantolonlar Neden Mavidir? başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu	111
Tablo 23	Madeni Paralar Neden Yuvarlak? başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri	115
Tablo 24	Madeni Paralar Neden Yuvarlak?" başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu	116
Tablo 25	Neden Niagara Şelalesi Önünde Nikola Tesla Heykeli Var? başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri	120
Tablo 26	Neden Niagara Şelalesi Önünde Nikola Tesla Heykeli Var? başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu	121
Tablo 27	YouTube eğitici içeriklerinin izlenmesinde tasarım özelliklerinin etkileri (Genel olarak)	130
Tablo 28	İçerik üreticisine göre izleyicilerin eğitici içeriklere ilk anda tıklama sebepleri	132
Tablo 29	İzlenilmeye başlanan eğitici bir YouTube içeriğinin sonuna	135

	kadar izlenme sebepleri	
Tablo 30	İzlenme sayısını olumlu ve olumsuz yönde etkileyen durumlar	137
Tablo 31	Kanalı YouTube'daki diğer eğitici kanallardan ayırt eden özellikler	138
Tablo 32	Takipçilere dönüt verirken dikkat edilen durumlar	139
Tablo 33	Gelen yorumlarda dikkate alınan durumlar	140
Tablo 34	İzlenme sayısını yükselten harici trafik kaynakları	140
Tablo 35	İzlenme sayılarının arttığı belirgin dönem ve saatler	141
Tablo 36	Basfi ile Deneysel Bilim Kanalı içeriklerinin izlenme sebepleri	142
Tablo 37	İçerikte YouTuber'ın kendi sesi ile sunum yapması, samimi bir tavırla konuşması, konuyla ilgili espri (şaka) yapmasının izleme durumuna etkisi	144
Tablo 38	İçerikte YouTuber'ın samimi bir tavırla çekim ekibinden birisi ile diyalog kurması videoyu izleme durumuna etkisi	148
Tablo 39	İçerikte konu ile ilgili animasyon ve görsellere yer verilmesinin videoyu izleme durumuna etkisi	146
Tablo 40	İçerikte önemli yerlerin yazılar ve efektlerle vurgulanması videoyu izleme durumuna etkisi	147
Tablo 41	İçerikte fon müziği ve ses efektleri kullanımının videoyu izleme durumuna etkisi	148
Tablo 42	İçerikte başlangıç ve bitiş animasyonlarının videoyu izleme durumuna etkisi	149
Tablo 42 (devamı)	İçerikte başlangıç ve bitiş animasyonlarının videoyu izleme durumuna etkisi (devamı)	150
Tablo 43	İçerik sonundaki öneri videoları (bitiş kartları) videoyu izleme durumuna etkisi	151
Tablo 44	Soru sorularak, cevabın yorumlara yazılmasının istenmesinin videoyu izleme durumuna etkisi	152
Tablo 45	Ortam tasarımı, arka plan tasarımında olması gereken özellikler	153
Tablo 46	Konu anlatım özelliklerinin video izlenmesine etkisi	154
Tablo 47	İzlenmeyi olumlu ve olumsuz etkileyen durumlar	155

Tablo 47 (devamı)	İzlenmeyi olumlu ve olumsuz etkileyen durumlar (devamı)	156
Tablo 48	İzleyicilerin eğitici bir YouTube videosunu ilk gördüğü anda tıklama sebepleri	156
Tablo 49	İzlenilmeye başlanan eğitici bir YouTube içeriğinin sonuna kadar izlenme sebepleri	158
Tablo 50	İzleyicilerin eğitici içeriklerin tamamını izlemeden bırakma sebepleri	159
Tablo 51	Basfi ile Deneysel Bilim Kanalı içeriklerinin izlenme sebebi/sebepleri	160
Tablo 52	Basfi ile Denysel Bilim kanalındaki içerikleri YouTube'daki diğer eğitici içeriklerden ayırt eden özellikler	162
Tablo 53	Görüş olarak eklenenler	163

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa No
Şekil 1	Araştırmanın aşamaları	49
Şekil 2	Basfi ile Deneysel Bilim YouTube Kanalı'na ait görsel	51
Şekil 3	Socialblade.com sitesinde kanala ait en çok görüntülenme alan ilk 15 video içeriğe ait sıralama (SocialBlade, 2022)	54
Şekil 4	Görüşme formunun izleyicilere ulaştırılması ile ilgili görsel	62
Şekil 5	Tematik içerik analizi basamakları	63
Şekil 6	Videoların çoklu ortam tasarım ilkelerine uyum düzeyi	125
Şekil 7	Videoların içerdiği program öğelerine ilişkin görsel	126
Şekil 8	YouTube eğitici içeriklerinin izlenmesinde tasarım özelliklerinin etkilerinin şematik gösterimi	128
Şekil 9	İzlenmeyi etkileyen durumların şematik gösterimi	132
Şekil 10	İlk anda tıklama sebeplerine ilişkin şematik gösterim	133
Şekil 11	Eğitsel bir içeriği izlemeye devam edilmesine ilişkin şematik gösterim	136
Şekil 12	Eğitici içeriklerdeki tasarım özellikleri	143

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problem Durumu

Teknolojinin hızlı gelişimi sosyal hayatımızda büyük değişimlere sebep olmakta, en sıradan işlerden en önemli işlere kadar pek çok şey dijital platformlar üzerinden yapılabilmektedir. Öğrenme ile ilgili pek çok alışkanlıkta bu dönüşümden etkilenmekte; bir konu hakkında bilgi sahibi olmak, sınavlara hazırlanmak, uygulamalı bir konunun yapım aşamasını görmek için dijital içeriklere başvurmak neredeyse zorunluluk haline gelmektedir. Artık bu soruyu görmüştüm yerine bu soruyu izlemiştim cümlesine benzer ifadelerle sıklıkla rastlanmakta, bu bağlamda video içerikler ise daha fazla tercih edilmesi ile öne çıkmaktadır.

Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle, günlük yaşam pratiklerimiz evrildiği gibi, eğitim deneyimlerimizde de pek çok şey evrilmektedir. İnsanlar artık basılı metinlerden oluşan içeriklerin yanı sıra video içeriklerini de izlemeyi tercih etmektedir. Uzun metinleri okumak yerine dikkat çekici biçimde hazırlanmış video içerikleri izlemek insanlara daha cazip gelmekte, okumak yerine izleme davranışının günümüzde neredeyse günlük alışkanlık haline geldiği görülmektedir. Bu değişim sürecinde eğitim anlayışında da video içeriklerinin etkin olduğu pedagojik yaklaşımlar giderek çoğalmaktadır. Dolayısı ile eğitim amaçlı video üretiminin de yıllar içerisinde artması beklenmektedir (Ozan, 2015: 63). Bu durum geleneksel eğitimin temel normlarını da değişime zorlamaktadır. Bu koşullarda hem “eğitsel araçların” hem de “içeriğin” dijital çağın gereklerine cevap verebilecek şekilde yeniden yapılandırılması gerekmekte, burada da yeni neslin dijital teknolojilere olan ilgisi ve yatkınlığı mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır (Ata ve Atik, 2016: 314).

Dünyada internete bağlanabilen 4.95 milyar insanın %93’ü sosyal medya kullanıcısı iken; ülkemizde ise internet bağlantısına sahip 69.95 milyon insanın %98’inin aktif sosyal medya kullandığı (We Are Social, 2022) bilinmektedir. Dolayısı ile günümüzde internet erişimi olan hemen her kullanıcının aynı zamanda sosyal medyayı kullandığı da görülmektedir. Türkiye dünyada sosyal medyayı en aktif kullanan ülkeler arasında 6. sırada yer almaktadır. Aynı zamanda dünya ortalamasının üstünde bir oranla,

sosyal medyada günde ortalama üç saat zaman harcanmaktadır (We Are Social, 2022). Dolayısı ile sosyal medya yaşamımızın önemli bir parçası haline gelmekte, alışkanlıklarımızın ve günlük yaşam pratiklerimizin değişmesine sebep olmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya, son zamanlarda disiplinler arası alanda çalışılan en önemli konulardan biri olmuş, ürettiği enstrümanlarıyla hakkında çok sayıda akademik ve entelektüel çalışmaların yapıldığı bir kavram haline gelmiştir (Boz vd., 2017: 634).

Ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya platformu olarak YouTube ilk sırada yer almakta, en çok web trafiğini oluşturan, en çok ziyaret edilen site alanlarında ise Google'dan sonra ikinci sırada yer almaktadır (We Are Social, 2022). Dolayısı ile YouTube platformu ülkemizde en çok içerik aranan ve en çok kullanılan sosyal medya platformudur.

YouTube her yaş grubuna hitap edecek içerikler barındırmakla birlikte, dijital nesil de dediğimiz yeni nesil tarafından yoğun olarak tercih edilmektedir. Dijital nesil, doğduğu andan itibaren teknolojik araçlarla tanışık olan, dolayısı ile dijital kültürle büyüyen, teknolojik araçlara alışık bir biçimde yetiştiği için onlarsız yaşayamayacağını düşünen ve aslında şu zamana kadar teknolojik yeterliliği en yüksek olan nesildir (Özuz, 2018). Bu bağlamda yeni neslin YouTube'u kullanmaya daha yatkın ve aşina olduğu öngörülmektedir (Aydoğdu, 2019). Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak iletişim araçlarının yaygınlaşması ve çocukların sosyal medya araçları ile iç içe büyümesi YouTube'un yeni bir kültür oluşturduğunu göstermektedir.

YouTube platformunda da eğitici amaçla kurulmuş ve her seviyeden kullanıcıya hitap eden kanalların sayısı giderek artmaktadır. Abone, izlenme, beğeni ve yorum sayıları ile de azımsanmayacak seviyede olan bu kanalların genel özelliği ise LGS, YKS, KPSS, YDS vb. ülke genelinde ÖSYM tarafından yapılan sınavlara hazırlık konularında içerik üretmeleridir. Sınıf seviyesine göre içeriklerin gruplandırıldığı kanallarda, okul müfredatındaki konuları, yazılı sınavlara hazırlık ve rehberlik ile ilgili içerikler de bulunmaktadır. Bu kanallardan bazıları aynı zamanda web platformuna sahip olup, basılı yayın da çıkarmaktadır. Dolayısı ile bu kanalları izleyen öğrenciler, sınavlar için koşullanmış öğrencilerdir. Bir bakıma öğrencileri bu kanalları izlemeye güdüleyen sınava girecek olmaları ya da okul müfredatındaki bir konuda eksik bilgiye sahip olmalarıdır.

Öğrencileri ders ya da sınav başarısı kaygısı gütmeden; ilgi ve merak duygusu ile izlemeye motive edebilen eğitici içerikler, özellikle bilinçli seçim yapmaya başlayan bir kitle olarak ortaokul öğrencileri için önem arz etmektedir. Nitekim ortaokul öğrencileri, YouTube'u hayatlarındaki bir kişiyle karşılaştırdıklarında, bir öğretmenle özdeşleştirmekte; aynı zamanda YouTube'u bir kitap, her şeyin bulunabileceği bir dünya ve öğrenme için bir bilgi kaynağı olarak görmektedir (Saban, 2020: 124-125).

YouTube ortaokul seviyesindeki çocukların en çok kullandığı sosyal medya platformudur (Tutgun Ünal, 2020: 75-76). Ortaokul öğrencileri internette geçirdikleri sürenin neredeyse tamamını YouTube'a ayırmakta ve YouTuber'ları kendilerine örnek almaktadırlar (Ergen, 2018: 132-144). Ortaokul öğrencileri sosyal medyayı hem kişilerarası etkileşim hem de ders hazırlığı için kullanırken (Altayef ve Karacı, 2019: 30-31), YouTube platformu ile anlamadıkları konuları öğrenmekte, bilgi edinmekte, ilgili ders videoları ve ders dışı videolar izlemektedir (Saban, 2020: 124-125). YouTube kullanıcılarının %82'sini oluşturan çoğunluğu da, YouTube'da en az ayda bir kere olmak üzere, bir şeyin yapılışını öğrenmek ya da ilgi duydukları bir konu ile ilgili bilgi edinmek amacıyla video izlemektedir (YouTube Culture and Trends,2021). Nitekim YouTube platformunda her gün öğrenimle ilgili 500 milyondan fazla video izlendiği (Think With Google, 2018) bilinmektedir.

YouTube platformunda bulunan olumsuz örnek olabilecek içerikler ve ekran bağımlılığı gibi tehlikeler nedeni ile çocukları YouTube platformundan uzaklaştırmak istesek de, çocuklar bu platformu yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Çocukların hayatının bir parçası olduğunu söyleyebileceğimiz YouTube platformunun, gelecekte daha da önem verilen bir mecra haline geleceği öngörülmekte (Aydoğdu, 2019), YouTube videolarının popülerliği bilim insanlarının da ilgisini çekmektedir (Erdoğan, 2020: 745). Bu bağlamda YouTube'un önemli bir çalışma alanı olarak görülmesinin sebebi, birçok şekilde ele alınabilecek olan yeni bir kültürü içermesi ve çocuklar üzerinde ciddi yansımalara sahip olmasıdır (Özuz, 2018).

YouTube etki gücü yüksek ve geniş kitleler tarafından kolaylıkla ulaşılabilen bir platformdur. Göz ardı edemeyeceğimiz kadar yoğun kullanılan bu platformun olumlu yönlerinden eğitsel amaçla sonuna kadar yararlanılması kaçınılmaz olmuştur. Bu çalışmada

popüler bir eğitici YouTube kanalı incelenmektedir. Kanalın popülerliğine YouTube platformu için silver ödül seviyesi olan 100.000 aboneyi aşmış olması; bununla birlikte yüksek izlenme, beğeni ve yorum sayısına sahip videoları olması sebebi ile karar verilmiştir. Kanal düzenli olarak çocuklara da hitap eden bilimsel deneylerle ilgili eğitici içerik yayınlamakta, abone ve izlenme sayısı ile öne çıkmaktadır. Bu bağlamda çalışmada öne çıkan bir YouTube kanalına ait eğitsel videolarda benimsenen tasarım özellikleri ve program öğelerinin neler olduğu sorusuna yanıt aranmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Bu çalışmada, yüksek izlenme sayısına ulaşmış eğitici bir YouTube kanalının videolarında benimsenen tasarım özelliklerinin ve program öğelerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

1. “Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube kanalındaki eğitsel videoların tasarım özellikleri nasıldır?
2. “Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube kanalındaki eğitsel videoların program öğeleri nasıldır?
 - a. Videolara giriş düzenlemesi nasıldır?
 - b. Videolarda kazanımlar nasıl sunulmaktadır?
 - c. Video içerikleri nasıldır? (Teorik, uygulamalı, temel alanı)
 - d. Videolardaki öğretim strateji ve yöntemleri nelerdir?
 - e. Videolarda ölçme ve değerlendirme nasıl yapılmaktadır?
 - f. Video süreleri nasıldır?
 - g. Videoları kapanış düzenlemeleri nasıldır?
3. “Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube kanalının içerik üreticisine göre, kanalın eğitsel videolarının tasarım öğeleri açısından izleme gerekçeleri nelerdir?
 - a. İçerik üreticisine göre YouTube’deki eğitsel bir videonun izlenmesinde etkili olan tasarım öğeleri nelerdir?
 - b. İçerik üreticisine göre YouTube’deki eğitsel bir videonun izlenmesinde etkili olan etmenler nelerdir?
4. “Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube kanalının izleyicilerine göre, kanalın eğitsel videolarının tasarım öğeleri açısından izleme gerekçeleri nelerdir?

- a. Kanal izleyicilerine göre YouTube'daki eğitsel bir videonun izlenmesinde etkili olan tasarım öğeleri nelerdir?
- b. Kanal izleyicilerine göre YouTube'daki eğitsel bir videonun izlenmesinde etkili olan etmenler nelerdir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Office of Communications'ın (OFCOM) yayınladığı Çocukların Medya Kullanımı ve Tutumları Raporu'na göre 8-11 yaş arasındaki çocukların %74'ü YouTube izlerken; 12-15 yaş arasındaki çocukların ise %89'u YouTube izlediği; çocuklara en çok hitap eden favori uygulamanın YouTube olduğu ifade edilmektedir (OFCOM, 2020). Çocuklar tarafından en çok tercih edilen sosyal medya ortamı olması sebebi ile YouTube platformu bu araştırmanın inceleme ortamı olmuştur.

Türkiye'de 6-15 yaş grubundaki düzenli internet kullanan çocuklardan %94.2'sinin günde yaklaşık 3 saat sosyal medyada vakit geçirdiği (TÜİK, 2021); ortaokul öğrencilerinin büyük bir çoğunluğunun daha ilköğretim 3 ve 4. sınıfta (8-9 yaşlarında) sosyal medya kullanmaya başladığı (Altayef ve Karacı, 2019: 30-31), en çok tercih ettikleri sosyal medya ortamının ise YouTube olduğu (Ünal, 2020), 9-13 yaş arası ilköğretim düzeyindeki çocukların çoğunun YouTube'u bebekliklerinden bu yana izledikleri; YouTuber'lar ile samimiyet ve yakın bir bağ kurdukları; YouTuber'ların çocuklar için fazlaca önemli olduğu (Özuz, 2018), YouTube'un en sadık kullanıcılarının başında çocukların geldiği ve çocukların ilgisini çeken sayısız konuda YouTube içeriğinin bulunduğu (Atalay, 2019:184) bilinmektedir.

YouTube'un farklı disiplinlerle ilgili araştırmaları yapıldığı gibi; eğitim süreçlerinde kullanımı ile ilgili çalışmalarda alanyazına konu olmuştur. YouTube'daki işbirliğine dayalı öğrenme nesnelerinin, öğrenme deneyimini geliştirmek için etkili bir araç olarak görüldüğü (Taşdelen, 2019) dünyanın en iyi beş üniversitesinin YouTube'u daha önceden eğitim materyali olarak kullanmaya başladıkları (Ata ve Atik, 2016), okul öncesi dönem çocuklarının kavram kazanımlarında (Gülmez, 2019) ve yabancı dil eğitiminde YouTube içeriklerinin kullanımının faydalı olduğu (Küçükyılmaz, 2016); nitekim video içeriklerinde eğitim sürecinin önemli bir parçası hâline geldiği, yardımcı bir

ders materyali olmanın ötesine geçerek, etkili bir eğitim-öğretim materyali ve ortamına dönüştüğü ifade edilmektedir (Ata, 2017: 11).

Günümüzde artık “içerik” kavramının profili değişmekte, basit bir yapı olarak görülmemektedir. YouTube platformunda ise eğitici içerik yayınlayan yüksek abone sayısına sahip kanalların bulunduğu, dünyanın en büyük ücretsiz online öğrenim platformu olarak bilinen Khan Academy’nin, YouTube kanalının 7.2 milyon; ülkemizde ise Tonguç Akademi’nin 3.68 milyon abonesi olduğu bilinmektedir. Diğer taraftan YouTube’daki eğitici içeriklerin kalitesinin ölçülmesi amacıyla yeterli ölçüt geliştirilemediği tespit edilmiştir (Shoufan, 2019).

Alanyazın ve saha araştırması yapıldığında tespit edilen aşağıdaki durumlar, yapılacak olan bu çalışmanın gerekliliğine işaret etmektedir:

- İlköğretim çağındaki çocuklar, bebeklikten bugüne YouTube platformunu izlemekte, dolayısı ile bu platforma aşinadır. Platformun anlatıcısı olan YouTuber’lar ise çocuklar tarafından rol model alınmakta, samimi bulunmaktadır.
- YouTube genel olarak dünya nüfusunun üçte biri tarafından aktif olarak kullanılan, ülkemizde ise Google'dan sonra arama motoru amacı ile de kullanılan popüler bir platform olup; alt yapısı, arayüzü, etkileşim olanağı sağlamakta ve eğitim alanında kullanılmaya uygun fonksiyonlar içermektedir.
- Her şeyin dijitale dönüştüğü günümüzde “içerik” en önemli unsur haline gelirken, videolar ise içeriklerin en çok tercih edileni olarak öne çıkmaktadır.
- Kabuk değiştiren eğitim süreçlerinde ise eğitici video içeriklerin önemi ve sayısı ise giderek artmaktadır. E-öğrenme, uzaktan eğitim gibi video etkin pedagojiler yaygınlaştıkça eğitici video içeriklerin üretimi ve nitelikleri de önem arz etmektedir. YouTube’daki eğitici içerikler için belirlenen kalite ölçütlerinin yeterli olmadığı bilinmektedir.
- YouTube videolarının içerik analizinin yapıldığı çok sayıda çalışma bulunurken, YouTube’daki eğitici video içeriklerin tasarım öğeleri açısından içerik analizinin yapıldığı ve bu içeriklerin neden izlendiğini konu edinen çalışmaya rastlanmamaktadır. Araştırma kapsamında videolar, içerik analizinin yanında

Mayer'in tasarım ilkelerine göre betimsel olarak da analiz edilmekte, çalışma bu bakımından önem taşımaktadır.

- YouTube'da yüksek aboneye sahip pek çok eğitici kanal bulunmakta, bu kanalların çoğunluğu ise sınavlara, okul yazılılarına hazırlık konuları ya da doğrudan okul müfredat konuları içermektedir. Dolayısı ile çoğunlukla sınav hazırlığı amacıyla bu kanallar tercih edilmektedir. Burada sınava şartlanmadan, sadece eğitim amacı ile izleyicinin dikkatini çekebilen popüler YouTube eğitici kanalları ise önem arz etmektedir.

Bu bağlamda çocukların aşına olduğu ve yoğun olarak kullandığı YouTube platformunda, tercih edilen eğitici içeriklerde benimsenen tasarım özelliklerinin ve içeriklerin izlenme gerekçelerinin belirlenmesi önem taşımaktadır. Araştırma ile YouTube için bilinçli olarak eğitici video üretecek kişilere, eğitsel içeriklerin taşınması gereken özellikler hakkında öneriler sunması amaçlanmaktadır.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmada "Basfi ile Deneysel Bilim" YouTube kanalında, 20.03.2022 tarihine kadar yüklenmiş olan 241 videodan 10 tanesi analiz edilmiştir. Diğer bir ifade ile araştırma araştırma ilgili kanalın 10 videoosunun incelnemsi ile sınırlıdır. Ayrıca çalışma nitel bir araştırma olması sebebiyle elde edilen bulgular, belirli bir evrene genellenmemektedir.

1.5. Araştırmanın Varsayımları

Bu çalışma,"Basfi ile Deneysel Bilim" youtube kanalının izleyicilerinin kanalın eğitici içeriklerini izledikleri varsayımına dayandırılmıştır.

1.6. Tanımlar

Dış Ses: Videoda hiç görünmeyen, sadece sohbet esnasında videoya ses ile destek veren kişi.

Kazanım: Bireye eğitim yoluyla kazandırılabilir nitelikteki özelliklerdir.

Düz Anlatım Yöntemi: Tanımlar, kurallar, örnekler ya da problemlerden oluşan belli bir içeriğin öğrenme hedeflerine uygun olarak öğrenciye aktarılmasıdır (Kablan vd., 2018).

Gösteri Yöntemi: Bir eylemin yapılış biçiminin öğrencilere göstermek suretiyle anlatılmasıdır.

Öneri Videosu: YouTube platformunda ilgili kanala ait diğer videoların, video bitiş ekranında gösterilmesidir.

Başlangıç ve Bitiş Animasyonu: YouTube videolarının başlangıçlarında ve bitişlerinde gösterilen, kanala özgü tasarlanmış animasyon.

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

2.1. Web 2.0 ve Yeni Nesil Bilgi Paylaşım Araçları

Web 2.0 kavramı en basit tanımıyla bir ağ teknolojisidir (Salkaya, 2020: 10). Bu basit tanımı biraz daha detaylandırarak olursak; etkileşimin mevcut duruma entegre olduğu, anında geri dönütün sağlandığı, üretici ile izleyici kavramının taraf değiştirerek iç içe geçtiği yapıdır diyebiliriz.

Durağan Web'den sosyal ve dinamik Web'e olan bu geçiş ile gelen Web 2.0 tanımı (Karabulut, 2008: 146) internetin yeni çağı olarak adlandırılmaktadır (Genç, 2010). Web 2.0'ı daha dinamik özelliklere sahip, tamamen kullanıcı odaklı olabilen, alışılmış internet anlayışının dışında, yeniliklerle düzenlenmiş bir konsept olarak tanımlayan Mestçi'ye (2009: 589) göre de; bu buluş internet anlayışını bütünüyle değiştirecektir.

Yeni bir dönem olan Web 2.0'ın hayatımıza girmesi ile artık hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağı aşikardır. Web 2.0'ın getirdiği yenilikler kullanıcılara Web üzerinde kendilerine ait özel bir alan oluşturma imkanı vermiş, evlerimizdeki hatıra defterlerinin, günlüklerin, fotoğraf albümlerinin yerini hatırlatma, depolama gibi özellikleri olan uygulamalar almıştır. Bununla birlikte artık sadece okunabilen ekran dönemi kapanmış, insanların paylaştığı, etiketlediği, retweetlediği, beğendiği, yorum yaptığı, takip ettiği, kısacası etkileşimde bulunduğu yeni bir dönem başlamıştır. Bu bağlamda Web 2.0'ı bu kadar vazgeçilmez ve cazip kılan, "etkileşim"dir. Kullanıcının sesini anında duyurabilmesi, tüm ezberi bozan vazgeçilmez bir ortam oluşturmuştur. Web 2.0 döneminin önemli özelliklerinden birisi sağladığı araçların mümkün olduğu kadar fazla kişi tarafından kullanılabilir olmasıdır (İç, 2017: 32). Web 2.0 uygulamalarının en çok dikkat çeken ve hızla yayılmasını sağlayan diğer bir önemli özelliği ise; uzmanlık gerektirmeden kullanıcıların içerik oluşturabilmesi ve yayınlanabilmesidir diyebiliriz. Web 2.0 ile artık sadece kalemi olanlar, köşesi olanlar, profesyonel olan ya da belirli bir konuda isim yapmış kişiler değil artık herkes bir yazar, bir fotoğrafçı ya da bir üreticidir. Artık herkes ekranın karşı tarafına geçebilme imkânına sahiptir. Kısacası Web 2.0 herkese bir mikrofon tutmuş, söyleyecekleri olan herkese konuşma hakkı vermiştir.

Web 2.0 uygulamaları ile oluşan değişimler arasında kullanıcının taraf değiştirerek hem üretici hem izleyici olmasının yanı sıra, yine kullanıcının bilgiye erişim tarzı da değişmiş; bu konuda zaman ve ortam mefhumu yok olmuştur. Diğer bir deyişle kendi isteğimizle ulaştığımız içerik artık bize anında bir bildirim olarak gelmekte, yani bizim istediğimizde ulaştığımız içerik, artık kendisi bize ulaşmaktadır.

2.1.1. Web 2.0 Araçları

Web 2.0 teknolojileri günümüzde insanların dijital ortamda sosyal etkileşimde bulunabildiği, hazır web platformlarında bulunan içeriğe müdahale edebildiği ve bununla birlikte bilgi paylaşabildiği web siteleri olarak ön plana çıkmaktadır(Deperlioğlu ve Köse, 2010: 338).

Dijital ortamın farklı kanalları olarak karşımıza çıkan, bloglar, vikiler, sosyal ağlar, video paylaşım siteleri, podcastler ve sosyal ağlar, video paylaşım siteleri alanyazında yer alan belli başlı Web 2.0 araçlarıdır. Bu araçlardan olan bloglar (Web Günlüğü) günlük konular ya da bilgi sahibi olunan alanlar hakkında görüşlerimizi yayınlatabildiğimiz bloglar aslında kendimizi de tanıtılabildiğimiz kişisel web sayfalarıdır. Blogları kullanmak ve içerik yayınlamak oldukça basittir. Vikiler ise birçok yazarın işbirliği ile büyük dokümantasyonlar oluşturabilmesine imkan sağlayan web sitelerinin ortak adıdır ve bu yapının en bilinen örneği Wikipedia'dır. Genel olarak birbirinin devamı şeklinde yayınlanan bölümlerden oluşan podcast'ler ise belirlenmiş bir konunun farklı boyutlarını ele alabilir. Podcast'lerin görüntü izleme zorunluluğu içermemesi, günlük yaşamımızdaki yürüyüş, spor gibi rutin davranışlarımız esnasında da dinlenebilmesi, podcast kullanımını artırarak yaygınlaşmasını sağlamıştır. Sosyal ağ platformları kişilerin profil, resim, video, içerik, yada herhangi bir bilgi paylaşımı vb. amaçlarla ortaya çıkmıştır. Bilgisayar üzerinden internet akışlarını kullanarak kullanıcılarına video içeriğini izlemek ve dağıtmak olanağı sağlayan sistemler ise video paylaşım siteleridir (Özel, 2015: 293). Video paylaşım sitelerine ve en öne çıkan video paylaşım sitesi olarak YouTube'a, bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak yer verilecektir.

Video Paylaşım ve Sosyal Ağ Siteleri

Web 2.0'la birlikte pek çok sosyal ağ ortamı oluşmuş, günümüzde ise video paylaşılan sosyal ağlar önemli bir konuma gelmiştir. Video paylaşılan sosyal ağlar, bilgisayar üzerinden internet akışlarını kullanarak kullanıcılarına video içeriğini izlemek ve dağıtmak olanağı sağlayan sistemler olup (Özel, 2015: 293); kullanıcılar tarafından en çok tercih edilen Web 2.0 uygulamalarından birisidir (Karaca ve Aktaş. 2019: 216).

YouTube'dan sonra en çok tercih edilen video paylaşım sitelerinden biriside Dailymotion'dır. Kullanıcılara video izleme, yükleme, paylaşma imkanı veren platform, sunulan içerikleri haberler müzik, eğlence, spor dalları gibi kategorilere ayırır. 60 dakika ya da 2 GB boyutuna kadar olan videoları destekleyen platform kullanıcıya aynı anda 5 adede kadar video yükleme olanağı tanır.

Çoğunlukla profesyoneller tarafından tercih edilen Vimeo ise YouTube'a göre daha kaliteli bir görüntü sunmakta, özellikle video tasarımcıları ve montajcılar tarafından kullanılmaktadır (Kaynak, 2020: 37). Sanatsal açıdan iddialı videolarda uzmanlaşmış çok sayıda kısa video, belgesel ve müzik videosu bulunabildiği platform ("10 YouTube alternatifine genel bakış", 2021) ücretsiz üyelerine düşük yükleme hızında haftada 500 MB gibi sınırlı bir yükleme imkanı sunarken, Vimeo Premium gibi en yüksek üyelik tipi için bu alan 7 TB'a kadar çıkmaktadır.

Türkiye'nin ilk video paylaşım sitesi olan izlesene.com'da ise kullanıcılar, video izleyebilmekte, paylaşabilmekte, bunlara yorum yapabilmekte, beğendikleri videoları favorilerine ekleyebilmektedirler. Müzik, çizgi film, komik, eğitim gibi kategorilerden oluşan sade bir arayüze sahip İzlesene.com' da yüklenen video, içerik ve teknik olarak uygun ise, 48 saat içinde yayınlanmaktadır. İzlesene.com'da ayda 100 milyondan fazla video izlenmektedir (izlesene, 2021). Platformun YouTube gibi küresel rakiplerine göre kullanıcı sayısının az olmasına ve tek bir yerel dilde destek vermesine rağmen platformun başarısı, Türkiye'nin video içeriğe olan ilgisini göstermektedir.

YouTube ise 2 milyar kullanıcısı olan, günlük 1 saatte 1 milyar video içeriğin tüketildiği, her dakika yaklaşık 300 milyon dakika videonun yüklendiği (Affde, 2021) bir

video paylaşım sitesidir. YouTube'un içerik trafiği ve ulaştığı kitlenin büyüklüğü platformun popülerliğini ve etki gücünü ifade etmektedir. Her ay dünya nüfusunun dörtte birinden fazlasının eriştiği bu platform, dünya çapında en çok kullanılan ikinci sosyal medya mecrasıdır (We Are Social, 2022).

YouTube, içeriğini kullanıcılarının oluşturduğu bir platformdur. YouTube, kullanıcıların video izleyebildiği, kayıtlı kullanıcıların ise video paylaşım, yorum yapabildiği çevrimiçi bir video paylaşım sitesidir. Farklı konu, başlık, içerik ve uzunlukta milyonlarca videonun bulunduğu platformu, bir günde milyonlarca kişi ziyaret etmekte, izlemekte, beğenmekte ve yorum yapmaktadır (Ata, 2017: 79). Dolayısı ile platformda yayınlanan içerik, bilgilendirici, eğitici, farkındalık oluşturan, başkalarını etkileyen ve izleyiciler tarafından da zenginleştirilebilen bir yapıdadır (Deveci, 2019: 10-11). YouTube'da paylaşılan içeriklerin çoğu kullanıcıların kendi ürettikleri, kişisel paylaşımlar olmakla birlikte medya şirketleri, işletmeler, işyerleri, özel kuruluşlar, devlet kuruluşları, ses ve film sanatçıları tarafından üretilen profesyonel içeriklerde yer almaktadır. YouTube'da kanal oluştururken seçebileceğiniz kategoriler şu şekilde listelenmektedir: Film ve Animasyon, Arabalar ve Taşıtlar, Müzik, Evcil ve Yabani Hayvanlar, Spor, Gezi ve Etkinlikler, Oyun, Kişiler ve Bloglar, Komedi, Eğlence, Haber ve Politika, Pratik Bilgi ve Stil, Eğitim, Bilim ve Teknoloji, Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar ve Aktivizm (YouTube Support, 2021).

Dijital dünyada yoğun içerik üretimine maruz kalındığından birçok içerik görmezden gelinmekte, bu içerik yoğunluğunda içeriklerin çoğunun dikkat çekmesi oldukça zor bir hal almaktadır (Tekbıyık, 2017: 23). Dolayısı ile izleyicinin dikkatini çekebilecek içeriğin oluşturulması için dikkat edilecek hususlar akla gelmektedir. Kaynak (2020: 44) ise video içerik oluştururken; özgün ve dikkat çekici olunması, planlı gönderi paylaşımı yapılması, doğru anahtar kelimelerin kullanılması, gönderi zamanının iyi planlanması, görsel alt yapının iyi kurulması gerektiğini ifade etmiştir.

Platformda en çok izlenen YouTube video türleri; nasıl yapılır, kendin yap, röportaj, soru ve cevap videoları, eğitim videoları, ürün inceleme videoları, ürün karşılaştırma videoları, sosyal deney videoları, kutu açılım videoları olarak gruplandırılmaktadır (TVN, 2021). Diğer taraftan kullanıcıların YouTube'da en çok müzik

dinlediği ifade edilirken (Ökmen, 2021: 112), diğer yaygın video türlerinden biriside video günlükler olarak adlandırılan vlog'lardır. Genellikle yüksek kalitede çekilmeyen bu içerikler, profesyonel olmamakla birlikte, basit, kolay anlaşılır ve akışkan bir yapıya sahiptir. Videolar düzenlenmesine rağmen izleyicide oluşan doğallık algısı özgün yapıyı ortaya çıkarmakta (Deveci, 2019: 10), özgün içerik üretmek ise bir videonun diğer videolardan ayrımını sağlamaktadır (Kaynak, 2020: 44). Bunun yanı sıra vloglar insanların gündelik hayatlarının ortaya koyulması ile samimi mesaj üretimini de kolaylaştırmaktadır (Özdel, 2018: 8). Dolayısı ile kurgu ve yapaylıktan uzak olarak algılanan bu içerikler izleyiciye samimi, özgün ve daha gerçekçi olarak yansımaktadır. Bu durum ise izleyicinin içerikte kendisinden bir şeyler bulmasını sağlamakta, bir nevi aidiyet duygusunu harekete geçirmektedir.

YouTube, içerik üreticilere 100.000 aboneye ulaştığında Silver, 1.000.000 aboneye ulaştığında Gold, 10.000.000 aboneye ulaştığında Diamond, 100.000.000 aboneye ulaştığında ise Red Diamond içerik üretici ödülleri platform tarafından verilmektedir (YouTube Creators, 2021). Bu bağlamda platform için önemli olan abone sayısı ölçütleri açıkça görülmektedir.

Videolara yapılan yorumlar, izleyici kitlesi hakkında bilgi vermekte, içerik hakkında verimli geri dönüşler alınmasına olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda yorumların kanal sahibi tarafından okunması ve kontrollü davranılması kanal toplulukları ile sağlıklı bir iletişim kurulabilmesi için önem arz etmektedir. Kanaldaki belirli ya da belirsiz bütün veriler izleyici kitlenin dikkatini çekmektedir. İzleyiciler içerik üreticilerin paylaşımlarında değinmediği fakat arka planda görünen nesnelere hakkında da sorular sorabilmektedir (Aydın, 2021: 52). Bu bağlamda içeriğin, bir kanalın en önemli değeri olmasının yanında (Kaynak, 2020: 44), kanal topluluklarının da kanal için önemli metriklerden olduğu söylenebilir. YouTube kanal toplulukları etkileşimleri, video izleme davranışına ya da YouTube içerik üreticisine bağlı olan gruplar olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 2017: 101). YouTube platformu da güvenli ve dinamik bir topluluk anlayışının korunmasına dikkat çekmektedir (YouTube Creators, 2021).

Web 2.0 teknolojisi sağladığı dinamik yapı ile kullanıcıları, hem içerik tüketen hem de içerik üreten anlamına gelen tüketen üretici haline getirmiştir (Odabaşı vd., 2012: 94).

Bu yeni dönemde, kullanıcının yeni konumunu ve yetilerini daha iyi kavrayabilmemiz için, yön değiştiren içerik üretimi konusu açıklanacaktır.

2.2. Web 2.0 ile Gelen Yeni Beceri: Kullanıcı Bazlı İçerik Üretimi

Web 2.0 ile iletişim başta olmak üzere pek çok alanda büyük bir dönüşüm yaşanmış, bilgiye, içeriğe sadece ulaşabilen kullanıcı profili, yerini üretebilen ve ürettiğini kolaylıkla yayınlatabilen kullanıcıya bırakmıştır. Bu durum Türkçede “üreten tüketici” olarak karşılık bulan Prosumer kavramının gündeme gelmesine neden olmuş ve kullanıcının yapısındaki bu dönüşüm üre-tüketici olarak nitelendirilmeye başlanmıştır (Duman ve Özdoğru, 2018: 82). Üre-tüketici kavramının iletişim alanına taşınmasına yol açan değişim; kullanıcılara sunulan dijitallik, multimedya biçimselliği, yayılım, sanallık, katılım, etkileşimsellik özellikleri sayesinde olmuştur (Turan, 2013: 56). Bu bağlamda kullanıcı artık taraf değiştirmiş, sadece tüketen tarafta değil, hem üreten hem de tüketen tarafta yer almaya başlamış, üretici ile tüketici profili iç içe geçmiştir.

Web 2.0 ile öne çıkan yeni kullanıcı profili ile birlikte kullanıcıların oluşturdukları içeriklerde önemli bir yer oluşturmuş, bu içerikler “Kullanıcıların Oluşturduğu İçerik” anlamına gelen UGC (User Generated Content) kavramı ile somutlaştırılmıştır. Kullanıcılar yeni medya ortamlarının özelliklerinden yararlanarak içerik üretebilir konuma gelmişler, kullanıcıların ürettikleri ve dolaşıma soktukları bu içerikler ise “kullanıcı türevli içerik” olarak tanımlanmıştır (Turan, 2013: 56).

Prosumer kavramı ile kullanıcı türevli içerik kavramının bir arada ele alınması gerektiği (Çomu, 2014) düşünülürse; Web 2.0’ın biçimlendirdiği yeni kullanıcı profili olan üre-tüketicilerin oluşturduğu içeriklerin, UGC’ler olarak literatüre girdiği söylenebilir. Bu bağlamda UGC’ler, bir kullanıcının ücretsiz olarak, kamuya açık bir web platformunda yayınladığı bir fotoğraf, video, blog yazısı, sosyal medya yorumu ya da canlı yayını, anket yanıtı, forum gönderisi vb. medyalardır diyebiliriz.

Açık kaynakları, ücretsiz yazılımı, esnek lisanslamayı sağlarken, bir taraftan da yetenek geliştirme, keşif ve işbirliği önündeki engelleri kaldıran Web 2.0’ın (Alikılıç ve Onat, 2007) uzmanlık gerektirmeden içerik üretebilmeye ve daha da önemlisi üretilen bu

içeriği çok da bürokrasiye boğmadan kolaylıkla paylaşabilmeye izin veren yapısı, bir içerik üretim çılgınlığı meydana getirmiştir. Aklımıza gelebilecek her alanda, istenilen formatta içerik üretmeyi ve paylaşmayı kolaylaştırmış, bunu bütün insanların yapabilmesine olanak sağlamıştır. Bu durum her kaliteden ve türden pek çok içerik yığınının oluşmasına sebep olmuştur. Sıradan bir yaşama sahip insanlar yazara, fotoğrafçıya, müzisyene, yönetmene dönüşmüş, bir alanda bilgi birikimine sahip olan ya da bilgi birikimi olmasa da o alan hakkında söyleyecekleri olan herkesin, özel bir yayın alanı oluşmuştur. Aslında artık yeni medyada her kullanıcı kendi üretim alanının söz sahibi ve yöneticisidir (Salkaya, 2020: 12). Bu bağlamda, katılım ve etkileşime olanak tanıyan kullanıcı türevli içerikler, üreticiler tarafından üretilmekte, yeniden üretilmekte, dolaşıma sokulmakta ve tüketilmektedir (Turan, 2013: 56). Fakat Web 2.0’da dolaşan her şeyi UGC olarak adlandıramayız.

OECD’ye göre bir içeriğin UGC olarak tanımlanabilmesi için; herkese açık olarak erişilebilir olmak, minimal seviyede de olsa yaratıcılık (efor) barındırıyor olmak, bir profesyonel tarafından üretilmemiş olmak özelliklerini taşıması gerekmektedir (Chin-Fook ve Simmonds, 2011).

Bill Gates’in 1996 yılında yazdığı bir makalenin başlığı olan ve bugün dijital platformda slogan haline gelen “İçerik Kraldır” (Archive, 2022) ifadesi aslında içerik üretiminin bugün geldiği noktayı da netleştirmektedir. Dünya tarihi boyunca üretilen içeriğin, çok büyük miktarının son yıllarda üretildiği gerçeği göz önüne alındığında dijitalde içerik üretiminin önemi daha iyi anlaşılabilir. Bu bağlamda, içeriğin gelecekte de belirleyici ve söz sahibi olacağı söylenebilir.

Kullanıcı bazlı içeriklerin toplumsal normlar üzerindeki etkisi de bir o kadar büyüktür ve yadsınamaz. Bu bağlamda kullanıcı türevli içeriğin eğitim alanında da aynı etkiyi oluşturabileceğinin farkına varmalı ve bundan en etkin şekilde yararlanılmalıdır. Bu duruma kullanıcı türevli içeriklerin, ortak tüketimin yanı sıra ortak üretimi de olanaklı kılması örnek verilebilir. Kullanıcılar takip ettikleri içerikleri, bireysel veya kolektif olarak değiştirebilmekte ya da kendileri doğrudan içerik oluşturabilmektedir (Öztürk, 2015: 294). Böylelikle kullanıcı türevli içerikler fikir paylaşımı, işbirliği, tartışma gibi yöntemler için eğitim alanında da kullanılabilirliği sağlar. Diğer taraftan kullanıcı türevli içerik üretimi

bireylerin yeni medya okuryazarlığı ile ilgili becerilerinin de gelişmesini sağlamakta, bu durum bireyin ifade özgürlüğünü de artırmakta ve zenginleştirmektedir (Binark ve Löker, 2011: 11). OECD'nin (2008: 5) açıkladığı rapora göre; açık platform olması sebebiyle kullanıcı türevli içerik, politik ve sosyal tartışmaları zenginleştirerek düşünce çeşitliliğini genişletmekte, aynı zamanda enformasyonun serbest akışını artırmaktadır.

Kullanıcı bazlı içerikler içerisinde tercih edilen içerik türlerinden birinin ise kullanıcı bazlı video içerikler olduğu söylenebilir. Lincoln'e (2009:171) göre bireyler uzun metinleri okumak yerine video seyretmeyi tercih etmekte, bunun durumun sonucunda ise video çekme, izleme ve paylaşma davranışları günlük hayatın bir rutini haline gelmektedir. YouTube analistlerinin yayınladığı YouTube Culture and Trends Raporu'na (2021) göre ise; videolar, dünyayla bağ kurma hissiyatı vermesi sebebi ile giderek insanların hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmektedir. Doğal olarak video izleme alışkanlıklarının artması da, kullanıcı bazlı video içerik üretiminin popülerleşmesini sağlamaktadır. YouTube tarafından barış elçisi olarak seçilen, ünlü YouTuber Barış Özcan'da 2018 yılında yayınlanan bir röportajında "video" adına her şeyin daha yeni başladığını, 2020'li yıllardan sonra iletişimde videonun ağırlıklı olacağından bahsetmektedir ("Dijital CEO ile Teknoloji Sohbetleri", 2021). Bununla birlikte aynı röportajda belirli ortamlarda bulunan sanat eseri ya da kitapların profesyonel bir hikaye anlatıcılığı ile yorumlandığı video formatlarının daha geniş kitlelere ulaşılmasını sağlayacağı öngörülmektedir.

Özetle kullanıcı türevli içerik her anlamda dijital ortamda öne çıkmış ve sayıları giderek arttıkça, gerek kalitesi gerekse konusu açısından dikkatle ele alınmaya başlanmıştır. Bu bağlamda kullanıcı türevli içeriğin öne çıkmasını sağlayan katılımcı kültür yaklaşımının incelenmesi yerinde olacaktır.

2.2.1. Katılımcı Kültür Yaklaşımı

YouTube ortamında bir içeriği öne çıkaran önemli kavramlardan birisi de YouTube'un katılımcı kültür unsurunu destekleyen yapısıdır. Sonraki bölümde katılımcı kültür unsurunu incelemek yerinde olacaktır

Dijital çağda değişen iletişim ortamlarının bir sonucu olarak konumu değişen kullanıcı profilini açıklayabilmek ve davranışlarını anlamlandırabilmek için öncelikle katılımcı kültür kavramını incelenmelidir. Jenkins (2006), katılımcı kültür kavramını izleyici, tüketici ve hayran topluluklarının ürettiği içeriklerden oluşan bir kültüre dahil olmak olarak görmektedir (Fuchs, 2020: 102). Bu bağlamda katılımcı kültür tek yönlü iletişim ortamlarındaki kullanıcı profilinin aksine, üreten ve paylaşan aktif kullanıcıların, kültürün üretimine ve yayılmasına katkı sağlaması olarak da ifade edilebilir.

Katılımcı kültür kavramı kendisine sunulan Web ya da medya materyallerini sadece okuyabilen ya da izleyebilen pasif kullanıcının; yorum yapabilen, beğenebilen, takip edebilen, en önemlisi de profesyonel yayıncılığa bağlı olmadan içerik üretip paylaşabilen aktif kullanıcıya dönüşmesi ile açıklanmaktadır. Bu dönüşüm teknolojinin gelişmesi, sosyal medya platformlarının ortaya çıkışı ile hızlanmış, dolayısı ile bu durumun beraberinde getirdiği yeni kullanıcı profili katılımcı kültürün benimsenmesini sağlamıştır. Dolayısı ile katılımcı kültür kavramı, pasif medya izleyicisi ve tek yönlü iletişim ortamları ile birbirine ters düşmektedir.

Katılımcı kültür kavramındaki katılım kelimesi yalnızca aktif üretici olmak şeklinde anlaşılmalıdır (Jenkins vd., 2016: 19-21; Mutlu, 2017: 15). Değişen iletişim ortamları ve yeni medya unsuru düşünüldüğünde “katılım” kavramı farklı biçimlerde kullanılmaktadır. Bir boyutuyla sosyal medya platformları sayesinde yeni medya herkese bir mikrofon tutmakta, söyleyecekleri olan herkesi, amatör, profesyonel, izleyici, takipçi herkese ulaşmakta ve herkesin katılımı sağlanmaktadır. Kavramın diğer kullanım boyutu ise; yeni iletişim platformlarının paylaşmak, üretmek, beğenmek, takip etmek, yorum yapmak gibi etkileşimi öne çıkaran bir yapının sunulması aktif katılımcı bir kullanıcı profili oluşmasını sağlamıştır. Fakat burada dikkat edilmesi gereken önemli ayrım; kullanıcının katılım arzusu, yalnızca teknolojik platformların vaatlerine ve sağladığı kolaylıklara indirgenmemeli (Mutlu, 2017: 16), insanların işbirliği içinde yeni üretim yolları keşfetme eğilimi ve çabası olarak görülmelidir. Nitekim Jenkins (2006) katılımcı kültür kavramını yakınsama kavramından ayırtmamaktadır. Farklı teknolojik araçlarla yapılabilecek fonksiyonların tek bir teknolojik araç ile yapılabilir duruma dönüşmesi süreci olarak tanımlanan “yakınsama” kavramı çerçevesinde katılımcı kültür yorumlanmaktadır. Yakınsama kavramına en bilindik örnek akıllı telefonlar olarak gösterilebilir. Akıllı

telefonlar hayatımıza gireli, ayrıca bir kameraya, ses kayıt cihazına, fotoğraf makinesine ya da çalar saate ve daha pek çok farklı cihaza gerek kalmamakta; akıllı telefonlar da sadece telefon amacıyla kullanılmamaktadır. Bu bağlamda yakınsama ve katılımcı kültür kavramlarının anlamlandırılabilmesi için birlikte ele alınması gerekmektedir. Kullanıcılar yakınsama çerçevesinde dönüşen araçlar ile içerik üretmekte; katılımcı kültür özelliği barındıran platformlar ile de bu içerikleri paylaşmakta, yorum yapmakta, beğenmekte, kısacası katılım sağlamaktadır. Dolayısı ile bu süreçte yakınsama ve katılımcı kültür unsurları iç içe geçmekte, bir cihaz fonksiyonel hale gelerek, birden fazla işlem gerçekleştirilmektedir.

Jenkins (2006), katılımcı kültürü günlük yaşamımızdaki dijital ortamda gerçekleştirdiğimiz rutin davranışlarımız olarak yorumlamaktadır. Diğer bir deyişle günümüz internet kullanıcılarının gündelik pratiklerini de içerisinde barındıran deneyimler bütünüdür (Eren Çetin, 2019: 41). Bir vlog paylaşma, bir selfie çekimi, bir fotoğraf altına yorum yazma ya da bir gönderiyi beğenme, bir kanala abone olma, arkadaşımızı takip etme gibi dijital yaşantımızda sıradan olan davranışlar katılımcı kültürün ürünüdür. Nitekim günümüzde çeşitli konularda yardım veya danışma ihtiyacı hissedildiğinde de sıklıkla katılımcı kültür öğelerinden faydalanılmakta (Öztürk, 2020: 16), insanlar nerdeyse bedelsiz olarak deneyim ve tecrübelerini paylaşmaktadır. Kullanıcılar katılım kültüründe içeriğin üretim, dağıtım, tanıtım gibi süreçlerine ücretsiz emek harcayarak dahil olma konusunda önemli bir potansiyele sahiptir (Ateşalp ve Başlar, 2015: 166). Bir telefon ekranının nasıl tamir edileceğinden, bir yemeğin yapımına ya da saç kesiminden duvar boyamaya kadar gerekli ya da gereksiz pek çok konuda içeriğe kolayca ulaşılabilmektedir. İnsanların günlük yaşamlarındaki ihtiyaçlarına pratik şekilde çözüm bulabilmeleri de insanların bu platformları tercih etmelerini sağlamaktadır. Bu bağlamda katılımcı kültür üreticiliğin yayılması açısından önemli bir etken oluşturmaktadır.

Katılımcı kültürün zemini üretmekten oluşmaktadır. Dijital çağdaki değişimler üreten kullanıcı olmayı kolaylaştırmakta, bu durum ise katılımcı kültüre adaptasyonu hızlandırmaktadır. Bugün teknolojik araçların ve yazılımların sayı ve çeşitlerinin artması, kolay ulaşılabilir ve kullanıcı dostu olmaları, ayrıca kullanımın hızla yaygınlaşması katılımcı kültür ortamını genişletmektedir. YouTube ise katılımcı kültür öğelerini

bünyesinde barındıran bir platform olması sebebi ile bu başlık açısından incelenmesi yerinde olacaktır.

2.2.2. YouTube'un Katılımcı Kültür Unsuru

Yaşadığımız dijital çağın sürekli değişen iletişim ortamında YouTube, katılımcı kültür özelliklerinin gözlemlenebildiği ve tüketicilerin özgürce içerik üretebildikleri bir platform olarak kabul edilmektedir (Mutlu, 2017: 1). Öyle ki 1980'li yıllarda tartışılmaya başlanan katılımcı kültür kavramının, yaygınlaşmasındaki son evrenin 2005 yılı sonrasında video paylaşım sitesi olan YouTube ile başladığı söylenebilir (Öztürk, 2020: 17).

YouTube kullanıcıları sanatçıdan, gazeteciye, eğitimciden, politikacıya ya da geleneksel medya üreticilerine kadar alanında uzman kişilerin yanı sıra, ortaokul öğrencisi, ev hanımı ya da herhangi bir konuda deneyim ya da bilgi sahibi olan sıradan bir vatandaşa kadar geniş bir yelpazeden oluşmaktadır. Aslında platformun katılımcı kültür özelliğinin ortaya çıktığı noktalardan birisi tamda burasıdır. YouTube amatörden profesyonele her kesimden insana söz hakkı vermektedir. Söyleyeceği şeyler olan her birey kendi imkanları dahilinde bu platformun ortak özelliklerini kullanarak katılım sağlamaktadır. Platformda oluşan kullanıcı toplulukları katılımcı kültürün etkisi ile meydana gelmektedir. YouTube'un sunduğu, içerik oluşturma ve paylaşma, videolara yorum yapma, abone olma, içeriği beğenme gibi özellikler kullanıcılara belki de hayatında yolunun hiç kesişmeyeceği bireylerle tanışma ya da tartışma ortamlarında bulunma, kendini ifade etme, iletişim kurma imkânı vermektedir. Dolayısı ile platform her kesimden bireyi bir araya getirme ve etkileşim kurma olanağı sağlamaktadır. Nitekim yeni medyanın katılımcı kültürü besleyerek demokrasiyi geliştireceğine dair iddialar literatürde olumlu yaklaşımlar da oluşturmaktadır (Ateşalp ve Başlar, 2015: 162).

Katılımcı kültürün temelinde üretmek vardır. Üretmek ve paylaşmak katılımcı kültür ile iç içe olan paralel kavramlardır. YouTube ise video içerik üretimi ve paylaşımı konusunda katlanarak büyüyen bir mecradır. Fakat bir platformun katılımcı kültür unsurları barındırması tek başına üreticilik ile açıklamak yeterli olmamakta, farklı boyutlarıyla kavramın işlerlik alanı ölçülmelidir. Jenkins ve arkadaşları (2016) katılımcı kültür unsurları barındıran bir platformun özelliklerini şu şekilde açıklamaktadır:

- Sivil katılım ve sanatsal ifade karşısında nispeten daha az engele rastlanır.
- Yaratıcılık ve birinin yaratıcılığını başkalarıyla paylaşmak için güçlü bir destek vardır.
- Resmi olmayan rehberlikler söz konusudur.
- Üyeler için kendi katkıları bir anlam ifade eder.
- Üyeler başka birileriyle bir derece sosyal ilişki içerisinde hisseder (En azından kendi yarattıkları şeyler hakkında başkalarının ne düşündüğünü merak eder).

Jenkins (2006), katılımcı kültür kavramının çerçevesini oluştururken altını öne çıkardığı unsurlar ile YouTube platformunun genel yapısı ve karakteristik özelliklerinin örtüştüğü görülmektedir. YouTube’da amatörden profesyonele geniş bir yelpazeden oluşan kullanıcılar içerik üretip paylaşmakta, yorum yapmakta, içerikleri puanlandırmaktadır. Bu işlemleri yapabilmek için kullanıcıların platforma üye olması gerekmektedir. Kullanıcıların bir kısmı ise bu durumun aksine platforma üye olmamakta, tartışmalara katılmamakta, herhangi bir gönderi yazmamakta sadece videoları izlemeyi ya da yorumları okumayı tercih etmektedir. Kullanıcılar platforma kolaylıkla katılım sağlayabilmekte, üreticiler içeriklerini paylaşırken, sadece izleyici konumunda olanlar ise herhangi bir zorlukla karşılaşmadan bu ortamda var olabilmektedir. Platformda aktiflik oranı tamamen kullanıcının tercihinin bırakılmaktadır.

Katılımcı kültür sıradan yurttaşlara kar amacı güden medya şirketlerinin önceden kullanmakta olduğu medya teknolojilerinden yararlanma imkânı sağlamaktadır (Ateşalp ve Başlar, 2015: 164). Bu bağlamda YouTube’da içerik üretim ve dağıtımını sosyal ağ özellikleriyle birleştirerek kullanıcılarına kendi içeriklerini üretmek ve yayınlamak için ideal bir platform sunmaktadır (Öztürk, 2020: 20). Platformun ara yüzünün kullanıcı dostu olması, teknik altyapısının yeterli olması sebebi ile kolaylıkla içerik üretilmekte ve paylaşılmakta ya da aranan içeriğe ulaşılmaktadır. Dolayısı ile YouTube kullanıcılarına katılımcı kültürün temeli olan üretmek ve paylaşmak konusunda uygun bir ortam sunulmuş olmaktadır.

YouTube kullanıcılarına belirli koşullara bağlı ya da resmi olmayan danışmanlık edinebilme olanağı sunmaktadır. Platformda beceri edinimini sağlayan içeriklere ulaşmak mümkün olmakla birlikte, yorumlar aracılığı ile de izleyiciler iletişim kurabilmektedir.

Yapılan yorumlar aracılığı ile izleyici hem içerik üreticisinden hem de kanal topluluğundan informal danışmanlık alma imkanına ulaşmaktadır.

YouTube, genişleyen bir katılımıla şekillenen topluluk retoriğine rağmen daha ziyadesiyle beğeni ve içerik üretimi gibi bireysel katılımları daha çok teşvik etmektedir (Burgess ve Green, 2009: 67). YouTube’da yayımlanan içeriğe yapılan yorumlar, beğeni, izlenme ya da abone sayıları izleyici tarafındaki üyeler için katkı sağlamak anlamına gelmektedir. Bu bağlamda izleyiciler üreticiye hem destek olmakta, içerik hakkında geri dönüt vermekte, yeni içerikler için fikir edinimi sağlamaktadır. İzleyici dönütlerinden meydana gelen bu katılım işlevinin yanı sıra içerik üreticileri de bu dönütler ve sayısal veriler ile paylaşımının katkısını anlamlandırabilir. Üretici için bu dönütler neredeyse hayati önem taşımakta, yeni üretilecek içerikler bu dönütlere göre biçimlenmektedir. İzleyici ile üretici arasındaki bu iletişim ise iki taraf için de hem aidiyet duygusunu geliştirmekte, hem de sosyalleşme imkânı sunmaktadır. Oluşan bu sosyal ortam ise içerik üreticilerini motive etmekte, üreticilerin kanal toplulukları ile işbirliği içinde olmalarını da sağlamaktadır. Genel olarak YouTube kullanıcıları düşünüldüğünde, bazı kullanıcılar doğrudan içerik üretimi ile katılım sağlarken, bazıları ise bu içeriklere dönüt vererek katılım sağlamakta, bazıları yorumları ile içerikleri şekillenmesine katkı sağlarken bazıları ise sadece izleyerek görüntülenme sayısı olarak bir katkıda bulunmaktadır. Fakat bir bütün olarak bakıldığında kullanıcıların en aktif olanından en pasif olanına kadar herkes mutlaka bir katılım sağlamaktadır.

YouTube’un içerik üretimi için, teknolojiye hakim olmaları, teknik becerileri ve sosyal yönleri sebebi ile genç kullanıcıları hedeflediği söylenebilir. Dolayısı ile platform genç kullanıcıların katılımı ile nitelikli içerikler üretmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda YouTube, gençler için içerik üretmek, geliştirmek, etkileşime girmek ve öğrenmek için ideal bir katılımcı kültür ortamı niteliğindedir (Chau, 2010: 65). YouTube’un öğrenmek için uygun bir ortam olmasının yanı sıra barındırdığı eğitici içerikleri çalışmanın temel konusu olması sebebi ile sonraki bölümde ayrıntılı olarak incelenecektir.

2.3. Bir Öğretim Aracı/Ortamı Olarak Video

Teknolojinin gelişimi ile birlikte günümüzde pek çok dijital araç ve ortam eğitsel amaçlı kullanılmak üzere hızla eğitim alanına entegre edilmektedir. Sosyal medya ortamları, animasyonlar, videolar, e-kitaplar, bloglar, web siteleri, Web 2.0 araçları gibi sayabileceğimiz daha bir sürü yenilik eğitim ortamlarında kullanılmaktadır. Video içeriklerin eğitim ortamlarında tamamlayıcı bir unsur olarak kullanımı ise; günümüzdeki baş döndürücü gelişmelerden önce 1950'li yıllarda tartışılmaya başlanmıştır (Marchionini, 2003). 1980'li yıllarda öğretim materyali olarak öğrencilere sunulabilen video içerikler, Web 2.0 dönemine gelen 2000'li yılların sonrasında video paylaşım ağları ile giderek büyüyen bir hedef kitleye ulaşma imkanı bulmuştur (Kuzudişli, 2019: 13).

Dünyada video izleme alışkanlığının hızlı bir şekilde yükselişe geçtiği (Ökmen, 2021: 114), bu durumun video içerikleri ön plana çıkardığı, hatta dijital ortamın parlayan yıldızı haline getirdiği söylenebilir. Web 2.0 ile birlikte internet alt yapısının video barındırmayı ve ulaşımını hızlandırması da video içerikler için bir dönüm noktası olmuştur. Doğal olarak ön planda olan video içerik türünün eğitim ortamlarında kullanım oranının artması da kaçınılmaz bir sonuç haline gelmiştir.

Video içerikler öğrenene eğitsel açıdan pek çok beceri kazandırmaktadır. Görsel ve ses efektleri ile zengin bir ortama dönüşen videolar soyut konuların somutlaştırılmasında, akılda kalıcılığın artırılmasında sıklıkla tercih edilmektedir. Bunun yanı sıra videolar; yorumlama, kritik düşünme, problem çözme becerileri gibi bilişsel yeteneğin öğrencilerde gelişmesine yardımcı olmaktadır (Ata, 2017: 52). Hem dikkatin çekilmesi hem de sürdürülmesinde etkili olan videolar, birden çok duyuya hitap ederek öğrenen videonun içerisindeymiş duygusu verebilmektedir (Yiğit, 2020: 10). Eğitim ortamlarının vazgeçilmez materyallerinden olan eğitici video içeriklerin ayrıntılı olarak çeşitlerini incelemek yerinde olacaktır.

2.3.1. Eğitici Video İçerikler

Eğitici video içerikler ses, hareket, grafik, görsel gibi öğeleri bir arada ve senkronize olarak sunabilen (Yiğit, 2020: 11), bu sayede izleyicinin birden çok duyu

organına hitap ederek (Seferoğlu, 2014: 100), öğrenme-öğretme sürecini zenginleştiren araçlar (Bruner, 2008) ya da ortamlar (Palmer, 2007) olarak tanımlanabilir.

Normal videolardan farklı olarak eğitici video içerikler, belirli bir dersin ya da konunun amaçlarına ve öğrenme çıktılarına uygun olarak tasarlanıp hazırlanan videolardır (Yiğit, 2020: 10). Fakat eğitici video içerikleri yalnızca bir dersin tekrarından ibaret olarak sınırlandırmak yanlış olacaktır. Nitekim bir video paylaşım ağında görülen herhangi bir video içerik, bir ders ya da ilgili dersin içinde destek materyal olarak da kullanılabilir (Ata, 2017: 5). Örneğin, konu ile ilgili bir röportaj, bir haber, herhangi bir belgeselden bir kesit veya öğretmenlerin kendi gezi ve gözlemleri sırasında çektikleri videolar, eğitsel videonun bir parçası olarak düşünölmelidir (“Materyal Hazırlama”, 2022). Eğitsel video içerikler durağan ya da basılı materyallerin aksine, canlılık, hareketlilik, gerçeğe yakınlık unsurları barındırmakta, bu sayede öğreneni içerisine almaktadır. Bu sebeple öğrenciler tarafından eğitici video içerikler çekici olarak nitelendirilmektedir (Kearney ve Treagust, 2001).

Eğitici videolar yazı ile birlikte ses, görüntü, efektleri bir bütün halinde öğrenene sunmakta, gelişen teknoloji ile de etki düzeyi yüksek video içerikler hazırlamak giderek kolaylaşmaktadır. Bunun yanı sıra gerek sosyal ağ siteleri, gerek öğrenme yönetim sistemleri ile günümüzde video içeriklere erişmek, onları öğrenene ulaştırmak da kolay ve hızlı hale gelmiştir. Dolayısı ile video içerik sayısının artması da kaçınılmaz bir sonuç olmuştur. Fakat ulaşılan video içeriklerin eğitici olarak nitelendirilebilmesi için; içeriğin doğruluğu, öğrencilerin bilgi ve beceri düzeylerine uygunluğu, konunun amacına uygunluğu, etik ve moral değerlere uygunluğu açısından değerlendirilmelidir (“Materyal Hazırlama”, 2022).

Teknolojinin gelişmesi ile eğitim ortamları da farklı platformlara taşınmaktadır. Bu bağlamda eğitim alanında pedagojik bir araç olarak yararlanılan video içeriklerin (Pekdağ, 2010: 86), kullanımları giderek yaygınlaşmakta ve format bakımından giderek çeşitlenmektedir. Yiğit (2020: 159), açıköğretim sistemindeki eğitsel videolara ilişkin görüşleri incelediği çalışmasında, uzaktan eğitimin köklü bir kurumu olan Anadolu Üniversitesi’nin Açıköğretim Sistemindeki eğitsel video türlerini şu şekilde açıklamıştır:

Konu özetleri, konuşan kafa, canlı yayın, sınava doğru, açık sınıf, eğlence, belgesel, gerçekliğe dayalı; drama tabanlı; animasyon tabanlı videolar, ünite özeti, ünite anlatım videosu (ETV), yakın plan videosu, yüz yüze ders videoları, 1 soru 1 cevap, canlı derse katıl, mikroanimasyon, ünite özeti animasyonlu anlatım ve etkileşimli video.

Yaşadığımız dijital çağın bir sonucu olarak eğitim artık sınıfın dışına taşmakla kalmamış, teknolojik gelişmeler sebebi ile yeni dijital platformlara entegre olarak cebimizde taşınır duruma gelmiştir. Video içerikler ise hayatımızın içerisinde avucumuzdaki akıllı telefonlardaki uygulamalardan eğlence için sinema ve televizyona ve hatta eğitim-öğretimde de derslerin içerisinde yer almış durumdadır (Yiğit, 2020: 11). Bu bağlamda videoların öğrenmede kullanımı yıllardan beri süregelen kullanım biçimlerinin de yanı sıra yeni teknolojiler ile farklılaşmaktadır. Atik (2017: 67) çalışmasında internet ortamında eğitsel videoların kullanıldığı ortamları şu şekilde ele almıştır: Açık ve uzaktan eğitimde video kullanımı, açık ders kaynakları, MOOC (massive online open courses)'lar, sosyal medya siteleri, video paylaşım siteleri.

İnformal ve formal eğitim ortamlarında kullanılan eğitsel içerikler sosyal ağ kullanımının günlük rutin haline geldiği günümüzde, sosyal mecralarda da sıkça karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda YouTube video paylaşım sitesindeki eğitici içerikleri incelenmesi yerinde olacaktır.

2.3.2. YouTube'daki Eğitici Video İçerikler

Bu bölümde YouTube platformundaki eğitici içeriklerin gelişiminden, üretim aşamasından ve format çeşitlerinden bahsedilecek; üretilen eğitici içeriklerin izleyicileri ile nasıl etkileşim kurulması gerektiği ayrıntılı olarak incelenecektir.

Geçmişten Bugüne YouTube'daki Eğitici İçerikler

YouTube platformu dünya çapında geniş bir kitleye hitap etmektedir. En az 2.56 milyar aktif kullanıcısı (We are social, 2022) ile dünya nüfusunun üçte biri tarafından video izlemek için ziyaret edilen YouTube'un dev bir video kütüphanesi olduğu söylenebilir. Nitekim web sitelerinin trafiğini ve ziyaretçi davranışlarını inceleyen Alexa (2022)'ya göre

YouTube, Google'dan sonra dünyanın en popüler ikinci web sitesidir. Yaşadığımız dijital çağda insanlar artık metinlerden oluşan içeriklerin yanı sıra video içerikleri izlemeyi tercih etmektedir. Uzun metinleri okumak yerine dikkat çekici biçimde hazırlanmış video içerikleri izlemek insanlara daha cazip gelmekte, okumak yerine izleme davranışının günümüzün neredeyse günlük alışkanlığı haline geldiği görülmektedir.

YouTube Culture and Trends, 2021 yılı raporunda YouTube kullanıcılarının %82'sinin YouTube'da en az ayda bir olmak üzere bir şeyin yapılışını öğrenmek ya da ilgi duydukları bir konu ile ilgili bilgi edinmek amacıyla video izledikleri tespit edilmiştir (YouTube Culture and Trends, 2021). Rapordaki analizden de anlaşılacağı üzere video izlemek artık bir alışkanlık olmanın yanı sıra öğrenme amacıyla da sıklıkla tercih edilmektedir. Burada devreye YouTube'un geniş içerik yelpazesinin içerisinde eğitici video içeriklerin konumu ise önem arz etmektedir. YouTube'daki eğitici videoların gelişim süreci genel YouTube içeriklerinin değişimi ile paralellik göstermektedir. YouTube'un kurulduğu yıllara dayanan ilk YouTube eğitici video içerikleri teknolojinin de gelişim ve erişimine bağlı olarak web kamerası ya da özel bir kamera tipi olmayan, omuzda taşınarak kullanılan aktüel kameralarla üretilen basit içeriklerdir. 2010'lu yıllardan sonra değişen içerik biçimi ile dikkat çekici ve eğlenceli eğitici video içerikler üretilmeye başlandığı görülmektedir. Bu içerikler genellikle seri halde olmayan, tek seferde izlenen bağımsız içeriklerdir. Günümüze geldiğimizde ise YouTube'un içerik yelpazesinin ve biçimlerinin de giderek genişlemesi ile çok çeşitli eğitici video içerikleri platformda yer bulmaya başlamıştır. Hem teorik hem de pratik alana hitap eden pek çok eğitici içerik ile bu platformu öğrenme amaçlı kullanmak isteyen bireyler için YouTube'un, neredeyse basit bir öğrenme yönetim sistemi halini aldığı söylenebilir. Bu durumun oluşmasında ise günümüzdeki eğitici YouTube içeriklerinin etkileşimli olmasının kuşkusuz en büyük etkenlerden olduğu görülmektedir. Matematik konu anlatımından, fen deneylerine, tıp eğitimi ile ilgili uygulama derslerinden, anasınıfı düzeyindeki kavram kazanımlarına kadar geniş bir konu yelpazesi küçük çocuktan yetişkine kadar sınırsız izleyici kitlesi ile buluşturan YouTube, eğitici içerikleri ile günümüzde eğitim alanı için vazgeçilmez bir unsur olmuştur. Bu bağlamda bir sonraki bölümde bir YouTube eğitici içeriğinin nasıl üretildiğinin ayrıntılı olarak incelenmesi yerinde olacaktır.

2009 yılında (Wikipedia, 2020), YouTube çalışanları içerisindeki bir grup tarafından platforma yüklenen eğitici içeriklere daha kolay ulaşılabilmesi amacıyla gönüllü olarak “YouTube EDU” kanalı oluşturulmuştur (Gilroy, 2010). Platformda eğitici içeriklerin bir arada sunulmasını sağlayan bu tematik kanalda günümüzde ise, Portekizce dilinde oluşturulmuş eğitici kanallar bir arada listelenmektedir. Diğer taraftan YouTube’da “YouTube Learning” olarak adlandırılan, Türkçe olarak “Öğrenim Merkezi” adıyla görüntülenen tematik bir kanal daha bulunmaktadır. Bu kanalın çatısı altında ise genç ve yetişkinler için eğitici içerik üreten kanallar bir arada listelenmektedir.

YouTube platformunda da eğitici amaçla kurulmuş ve her seviyeden kullanıcıya hitap eden kanalların sayısı giderek artmaktadır. Abone, izlenme, beğeni ve yorum sayıları ile de azımsanmayacak seviyede olan bu kanalların genel özelliği ise LGS, YKS, KPSS, YDS vb. ülke genelinde ÖSYM tarafından yapılan sınavlara hazırlık konularında içerik üretmeleridir. Bu kanallardan 3.66 milyon abonesiyle Tonguç Akademi, ilköğretim, ortaokul ve lise düzeyindeki öğrencilere sınıf seviyelerine göre müfredat kazanımlarını içeren eğitici içerikler sunmaktadır. Aynı doğrultuda 1.37 milyon abonesiyle Hocalara Geldik kanalı da ortaokul ve lise düzeyi içerikler yayınlarken, YKS sınavına hazırlıkta ön plana çıkmaktadır. Bunun yanı sıra 2.4 milyon aboneye sahip Benim Hocam kanalı, KPSS’ye hazırlık içerikleri üretmekte, 1.09 milyon abonesiyle Rüştü Hoca ile Türkçe kanalı ise yine ÖSYM sınavlarına yönelik sadece Türkçe dersi ile ilgili içerikler yayınlamaktadır.

Abone, izlenme, beğeni ve yorum sayıları ile de azımsanmayacak seviyede olan bu kanalların genel özelliği ise LGS, YKS, KPSS, YDS vb. ülke genelinde ÖSYM tarafından yapılan sınavlara hazırlık konularında içerik üretmeleridir. Sınıf seviyesine göre içeriklerin gruplandırıldığı kanallarda, okul müfredatındaki konuları, yazılı sınavlara hazırlık ve rehberlik ile ilgili içerikler de bulunmaktadır. Bu kanallardan bazıları aynı zamanda web platformuna sahip olup, basılı yayın da çıkarmaktadır. Dolayısıyla bu kanalları izleyen öğrenciler, sınavlar için koşullanmış öğrencilerdir. Bir bakıma öğrencileri bu kanalları izlemeye güdüleyen sınava girecek olmaları ya da okul müfredatındaki bir konuda eksik bilgiye sahip olmalarıdır. Öğrencileri ders ya da sınav başarısı kaygısı gütmeyen; ilgi ve merak duygusu ile izlemeye motive edebilen eğitici içerikler, özellikle bilinçli seçim yapmaya başlayan bir kitle olarak ortaokul öğrencileri için önem arz etmektedir.

YouTube’da Başarılı Bir Eğitici İçerik Nasıl Üretilir?

YouTube, içerik üreticiler için oluşturduğu “İçerik Üretici Akademisi” ile başarılı içeriklerin nasıl oluşturacağı hakkında yol göstermektedir. Burada İçerik üretmek isteyen kullanıcılara 6 ana başlık altında bilgilendirici videolar ve metinler sunulmaktadır. İçerik üretmek isteyen kullanıcılara içerik üretimi için paylaşılan eğitici bilgiler aşağıdaki başlıklar altında verilmektedir (YouTube Creators, 2021):

- 1) YouTube’u kullanmaya başlama: Bu bölümde kullanıcılara, en hızlı şekilde nasıl başlangıç yapabilecekleri, aynı zamana da bir YouTube kanalının nasıl oluşturulacağı anlatılmaktadır.
- 2) Topluluk oluşturma: Bu bölümde kanal kitlesi ile etkileşimde bulunmanın gerekliliği ve nasıl etkileşim sağlanacağı hakkında bilgi verilmektedir. İletişimi devam ettirme, kullanıcı yorumlarını yönetme, kırıcı yorumlar ile başa çıkma yöntemlerinden bahsedilmektedir.
- 3) YouTube’ da para kazanma: Bu bölümde platformda para kazanma yöntemleri hakkında bilgi verilerek, seçenekler sunulmaktadır. Üretici eğer isterse bu seçeneklerden birisi ile kaynak oluşturabilmektedir.
- 4) Kanalınızı geliştirme: Burada artık kullanıcılar daha profesyonelleşmekte, kanallarını geliştirebilecekleri teknik ayrıntılardan bahsedilmektedir. Kanal başarısını bir üst seviyeye yükseltilebilmesi için, teknik analizlerden yararlanılması, izleyici kitlenin tanınması, içerikleri güncel tutabilmek için çeşitli alternatifler sunulmaktadır.
- 5) Politikalar ve kurallar: Bu bölümde içerik üreticileri YouTube’un güvenli bir ortam olmasında sorumluluk almaya teşvik edilmektedir. Politika ve Kurallar YouTube’da izin verilen ve verilmeyen durumları belirtmektedir.
- 6) Programlar ve Girişimler: Bu bölümde ise içerik üreticilerine destek olmak, onların yeni fırsatları ve kaynakları keşfetmelerine yardımcı olacak çeşitli etkinlikler ve hizmetler sunulmaktadır. YouTube’da öne çıkan içerik üreticiler tanıtılmak ve kutlanmak amacı ile 24 saat boyunca “Keşfet” sayfasında yayınlanmaktadır.

YouTube platformunda eğitici içerik üretenler için yayınlanan makalede ise, eğitici içerik üreticilerinin nereden başlamaları gerektiği, konu seçimi, hedef kitle belirleme ve

izleyicilerle ilişkilerin nasıl olması gerektiği açıklanmaktadır (YouTube, 2021). Makaleye göre, YouTube’da eğitici içerik üreticisinin, öncelikle ne öğretmesi gerektiğine karar vermesi gerekmektedir. Üreticinin uzman olduğu ya da ilgi duyduğu bir alanda içerik üretmesi önerilmektedir. İçerik üretilecek alan belirlendikten sonra ise, kitleyi oluşturmak gerekmektedir. İçeriğin kitlesini oluşturabilmek için, belirli bir kitleye göre içerik üretmek gerekmektedir. Belirlenen içeriğin, hitap edilecek olan kitlenin ilgisini çekip çekemeyeceğine karar verilmesi gerekmektedir. Burada karar verilirken üç kriter açısından değerlendirme yapılabileceği önerilmektedir:

- Belirlenen içeriğe gerçekten yoğun bir ilginin olup olmadığına bakılmalıdır. Bu durumu anlamak için, “Google Trendler” aracı ile hangi dönemde hangi terimlerin kaç kez arandığı tespit edilmektedir.
- Belirlenen içerikteki rekabet oranının düşük olması gerekmektedir. Belirlenen konuda rekabet oranını ölçebilmek için “YouTube Arama” aracı kullanılmaktadır.
- Belirlenen içeriği ne kadar büyüklükte bir kitlenin beklediği tespit edilmelidir. ”Google Anahtar Kelime Planlayıcı” ile hangi anahtar kelimelerin nasıl performans gösterebilecekleri belirlenmektedir.

Bu üç kriter değerlendirildiğinde, yoğun ilgi ve düşük rekabet şartlarının birlikte sağlandığı içerik, en etkili içerik olarak görülmektedir. Belirlenen konuda çok fazla içerik üretildiği tespit edildiğinde ise, üretici ancak farklı bir bakış açısı ile öne çıkabilmektedir.

İçerik belirlendikten sonra ise hangi konuların anlatılacağına karar verilmektedir. Bunun için etkili iki alternatif bulunmaktadır: Birinci alternatif olarak konular daha uzaktan bir yaklaşımla genel olarak ele alınmaktadır. İkinci alternatif ise; konular yakından ele alınarak daha özel bir yaklaşım tercih edilmektedir. Özel ilgi alanına hitap eden videoların ise, genel yaklaşım benimseyen videolara göre daha başarılı olduğu görülmektedir.

YouTube Eğitici İçeriklerinin Format Çeşitleri

YouTube geniş bir içerik yelpazesine sahiptir. Buna paralel olarak platformda farklı türde format çeşitleriyle de karşılaşmaktadır. Videonun konusuna, hitap ettiği kitleye, içeriğin hangi alanda sunulduğuna bağlı olarak değişen format çeşitleri, videonun başarı

sağlaması için önemli kriterlerden birisidir. Video içeriğin doğru yöntemle sunulması anlamına gelen format seçimi, eğitici içerikler için de önem taşımaktadır.

YouTube platformunda eğitici içerik üretenler için YouTube tarafından yayınlanan makalede, eğitici içeriklerde kullanılacak format çeşitleri açıklanmaktadır. Eğitici içeriklerde kullanılacak format çeşitleri (YouTube, 2021):

- Animasyon: Çok amaçlı ve ilgi çekici olan bu format, başka sunum yolu olmayan görselleri sunma imkanı vermektedir. Belirli bir düzeyde sanatsal ve teknik beceri gerektiren animasyon videolarını hazırlamak yoğun çalışma gerektirmekte ve uzun zaman alabilmektedir.
- Nasıl yapılır?: YouTube platformunda sıklıkla tercih edilen formatlardan birisidir. Bu formatı tercih eden izleyiciler için önemli olan eğitim görmüş, alan uzmanı kişilerle karşılaşmak yerine doğru bilgiye ulaşmayı yeterli görmektedir. Bu format izleyicinin sadece bir videoyu izleyerek, abone olmadan kanaldan ayrılması ile sonuçlanabilmektedir. Diğer taraftan içerik üretilen konu ile ilgili yeterli çalışma yapılmadığında algoritmada önerilmesi zor olabilmektedir.
- Ders videoları: Farklı platformlarda da paylaşılan bu format türü, YouTube'da en çok ilgi gören öğrenme içeriklerindedir. Bu videoların izleyiciler için oldukça etkili olduğu bilinmektedir. Akademik kimliğin önemli olduğu bu formatta, başarılı bir kanala karşı yeni bir rakip kanalı büyütme zor olabilmektedir. Diğer taraftan popüler önemli konuşma etkinliklerine katılım da bu formatta etkili olabilmektedir.
- Videolu makale: Çeşitli medya türleriyle oluşturulan formatta, kamera önünde sunum yapmayı gerektirmez. Animasyon formatına benzer olarak yoğun çalışma gerektirebilen bu format, konu içeriği ve tarzı uyumlu olduğu sürece, anlatılan konu izleyicilerin ilgisini çekmektedir. Bu videolarda genellikle sanat ya da kültür çalışmalarına ait kesitler ya da fikir sunumları bulunduğu sıklıkla telif hakkı sorunu ile karşılaşılabilir.
- Ev ödevi yardımı: Özellikle öğrencilere ya da daha geniş bir izleyici kitlesine hitap edebilecek konuların ele alındığı bu formatta, konular aşama aşama ayrıntılı olarak anlatılmaktadır. Videolar seri şeklinde ya da oynatma listesi olarak sunulması izleyici ilgisinin artmasına sebep olmaktadır. Üretimi uzun zaman alabilen bu format türünde, video ve sunucu dikkat çekici olmalıdır.

Eğitici içerik üretiminde genellikle yukarıdaki ve daha farklı türdeki formatlar kullanılmaktadır. Konu ve formata karar verildikten sonra ise önemli olan bir diğer nokta hedef kitle kuvvetli bir iletişim kurmaktır. Sonraki bölümde eğitici içerik izleyicileri ile ilişkilerin nasıl olması gerektiğinden bahsedilecektir.

İzleyiciler İle İlişkiler

YouTube eğitici içerik üreticileri için YouTube tarafından yayınlanan makalede, içerik üreticisi için hedef kitle ile güven bağı kurmanın çok önemli olduğu vurgulanmaktadır (YouTube, 2021). Hedef kitlenin güvenini kazanmak için üretici kanalın “hakkında” bölümünde ya da video açıklamalarında uzman kimliğini vurgulamalıdır. Güven oluşturmak için diğer bir yöntem, güvenilir kaynaklardan alıntılara yer vermektir. Kaynaklarla ilgili linkler açıklamalara eklenebilir. İçerik reticisi hata yaptığında ya da videodaki bilgiler geçerliliğini yitirdiğinde hatanın bir özür ya da güncelleme ile düzeltilmesi güvenilirliğin korunmasını sağlamaktadır.

Hedef kitle ile iletişime geçmek, kitleyi genişletmek için YouTube platformunun analiz özelliği kullanılabilmektedir. Analizden elde edilen verilerden demografi ve oynatma konumları tespit edilmekte, bunun sonucu olarak ise farklı ülkeler için içerikler retilenmekte ya da içeriği yayınlamak için uygun olan saatler tespit edilebilmektedir. Yine üreticiler analiz özelliği ile kanalın harici trafik kaynaklarını tespit edebilmektedir. Bu durumda ise platform dışı trafiğin nereden geldiği öğrenilerek, kanal stratejisi belirlenebilmektedir.

Diğer taraftan üreticinin kanalın açıklama kısmında, kanal hakkında bilgiler yer verilebilir. “Banner” olarak adlandırılan kanala ait görsel, kanalın odak noktasına işaret eder bir tarzda oluşturulabilir. Video girişleri ise samimi ve eğlenceli olacak biçimde planlanabilir. Platformda kanala ait bu araçların kanal konusu ile tutarlı biçimde kullanılması izleyiciler ile bağ kurulmasını sağlamaktadır.

İzleyicilerle bağ kurulmasını sağlayan önemli araçlardan biriside üreticinin video yorumlarına verdiği yanıtlardır. Üreticinin yorumları dikkatli ve sıklıkla yanıtlaması,

beğendiği yorumları sabitlemesi ve beğenmesi izleyiciler ile güçlü bağlar kurulmasını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra üretici diğer içerik üreticilerle de bağ kurabilir. Farklı kanallardaki içeriklere yorum yapılması ya da diğer üreticilerle ortak çalışmalar planlanması üreticiler arasında bağ oluşturmanın önemli bir yoludur.

Ayrıca izleyicilere kanal içerilerinin düzenli ve tutarlı bir şekilde sunulmasını sağlayan oynatma listelerinden yararlanılabilir. Bunun yanı sıra videoların son 5-20 saniyesinde kanala abonelik logosu ya da önerilen diğer videolara geçiş sağlayan kartlar konularak bitiş ekran ayarları yapılabilir. Bitiş ekran raporlarından hangi öğelerin en çok tercih edildiği belirlenebilmektedir.

Eğitici içerik üreticilerinin yararlanabileceği bir diğer araç ise canlı yayınlardır. İzleyicilerle birebir etkileşim kurulabilecek yöntemlerden olan canlı yayınlarda, gerçek zamanlı ders verilebilmekte, izleyicilerin soruları anında yanıtlanabilmektedir.

Diğer bir YouTube aracı olan topluluk sekmesi ile video yüklemelerinin dışında izleyicilerin ilgisini çekebilmektedir. Üretici, videoda değinemediği bilgileri bu sekmeden izleyicilere ulaştırabilmektedir. Yine topluluk sekmesinden izleyicilerle öğrendiklerini ne kadar pekiştirebildikleri hakkında iletişime geçilebilmektedir.

Kanal üyelikleri ise içeriklerin izleyiciler tarafından finansal olarak desteklenmesini sağlar. Üyeler aylık olarak belirli bir ücret karşılığında, kanal ile ilgili özel ayrıcalıklara sahip olabilirler. Örneğin özel emoji kullanabilme, özel canlı yayınlara sahip olma gibi haklara sahip olabilirler. Bunun için üreticiler üyelik sistemini izleyicilere tanıtmakta ve hatırlatmaktadır. Bahsedilen YouTube araçları kullanılarak eğitici içerik üreticilerinin izleyicilerle güçlü bağ kurması ve kanal kitlesinin genişlemesi sağlanmaktadır.

2.4. Çoklu Ortamla Öğrenmenin Bilişsel Kuramı

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte, yaşamamızda pek çok köklü değişim olduğu gibi, eğitim alanında da önemli değişiklikler meydana gelmektedir. Yeni teknolojilerin kullanımı ile birlikte öğrenme ortamları da kabuk değiştirmekte, bununla birlikte çoklu ortam kavramının kullanımı ise giderek artmaktadır.

Çoklu ortam kavramı Türkçe sözlükte “Bilgisayarda metin, grafik, ses ve canlandırma öğelerini birleştirerek sunan ortam” olarak yer almaktadır (TDK, 2021). Alanyazında ise konuyla ilgili önemli çalışmaları bulunan Mayer, çoklu ortam kavramından; yazılı veya sözlü ifadelerin; resim, animasyon, video gibi görsellerle birlikte kullanılarak çeşitli formlarda sunulması olarak tanımlamıştır (Mayer, 2001). Tanımdan da anlaşılacağı üzere çoklu ortam, birden fazla dijital ortamın uyumlu bir şekilde birleşerek bir bütün oluşturmasıdır. Burada çoklu ortamın oluşturulmasında dikkat edilmesi gereken durum ise; farklı ortamların doğrudan birleştirilmesi yerine ortamların öğrenmeyi destekleyen özelliklerinden faydalanılarak birleştirilmesidir (Kabakçı, Fırat, İzmirli ve Kuzu, 2010). Ses, resim, animasyon, grafik ve yazı gibi farklı bileşenlerle öğrenime uygun bir bütünlük içinde sunulan içerikler, alıcıya bilgi aktarımını kolaylaştırmaktadır. Dolayısı ile sadece metinden oluşan ifadeler yerine, hedef kazanımla ilgili görsel ve işitsel öğelerin kullanımı, birden fazla duyu organına hitap edebilen eğitim materyallerinin oluşturulduğunu göstermektedir. Bu bağlamda eğitim alanında çoklu ortam kavramından yararlanılmasının, kalıcı öğrenmeler meydana getirdiği görülmektedir (Moreno ve Mayer, 1999; Shepherdson, 2001).

Çoklu ortamla ilgili yapılan çalışmalardan; Mayer (2001)’in Çoklu Ortamla Öğrenmenin Bilişsel Kuramı; bilginin işleme ve öğrenme sürecine odaklanması bakımından önem arz etmektedir. Kuram bilgi işleme sürecinde; bilgilerin işlenmesi, düzenlenmesi ve bütünleştirilmesi işlevleri üzerine odaklanmaktadır. Kuramda öğretilmek üzere sunulan bilgilerin duysal bellekte, çalışan bellekte ve uzun süreli bellekte işleme süreçleri açıklanmıştır. Kurama göre; öğrenme sürecinde bilginin sadece görsel ya da işitsel yoldan aktarımı yeterli değildir. Süreç sadece tek kanal üzerinden işlediğinde öğrenen aktif olamamaktadır.

Çoklu Ortamla Öğrenmede Bilişsel Kuram’ın işleyişi üç temel varsayımla açıklanmaktadır (Mayer, 2001):

- İkili kanal; insanlar, görsel/resimsel materyalleri ve işitsel/sözlü materyalleri işlemek için ayrı kanallara sahiptir.
- Sınırlı kapasite; insanlar, birkere de her bir kanal için yalnızca birkaç parça bilgiyi aktif olarak işleyebilirler.

- Aktif işleme; insanlar, öğrenme esnasında ilgili materyale dikkatle odaklandığında, materyali tutarlı bir yapıya dönüştürdüğünde ve önceki bilgileri ile bütünleştirdiğinde aktif öğrenme gerçekleşir.

Kuramın ikili kanal varsayımında bilginin işlenmesi sürecinde, sözcük ve resim üzerinde durulduğu görülmektedir. Öğrenenin görsel kanal ve işitsel kanal olarak birbirinden bağımsız iki farklı kanal kullanarak bilgiyi işlediği ifade edilmektedir. Bu bağlamda bilgi, bu iki kanalda beraberce islenirse, tek kanalda islenen bilgilere göre hatırlanması daha kolay olmaktadır (Najjar, 1996).

Sınırlı kapasite varsayımı ise, öğrenenin her bir kanalda işleyebileceği bilgi miktarı ile ilgilidir. Mayer (2001)'e göre insanın kısa süreli belleğinin bir defada sınırlı miktarda veriyi işleyebileceği varsayılmaktadır. Dolayısı ile bir sesli öğrenme materyalinde, öğrenen herhangi bir zamanda çalışma belleğinde sadece birkaç sözcük tutabilirken (Baddeley, 1992); bir animasyon sunusunda ise belleğinde videonun tamamı yerine birkaç görüntü tutabilmektedir.

Aktif işlem varsayımında ise; öğrenenin bilişsel süreçlerde aktif bir konumda olduğundan bahsedilmektedir. Mayer (2001), aktif işlem varsayımını açıklarken; dikkat ile ilgili materyalin seçilmesine, gelen bilgilerin uyumlu bir şekilde organize edilmesine ve yeni gelen bilgilerle var olan bilgilerin bütünleştirilmesine odaklanmaktadır. Dolayısı ile kuramda, öğrenenin belleğine alabileceği en yüksek seviyede bilgiyi aldığı ve bunu yürütücü biliş stratejilerini kullanan aktif bireyler olarak gerçekleştirdiği vurgulanmaktadır. Çoklu Ortam Öğrenme Bilişsel Kuramının bu üç varsayımından hareketle, çoklu ortam tasarım ilkeleri ortaya çıkmıştır (Mayer, 2009).

Birden fazla duyuya yönelik olarak hazırlanan çoklu öğrenme ortamlarında, daha etkili öğrenmeler oluşabilmesi için tasarımıyla ilgili bir çerçeve çizen Mayer'in çoklu ortam öğrenme kuramının dayandığı ilke ve kurallar yol gösterici olarak kabul edilmektedir (Akkoyunlu ve Yılmaz, 2005).

2.5. Çoklu Ortamla Öğrenmenin Tasarım İlkeleri

Mayer (2001) tarafından yapılan ilk çalışmada çoklu ortam tasarımı ile ilgili 7 ilke belirlenmiş; sonraki yıllarda yapılan çalışmalardan sonra ise ilkelerin sayısı 12'ye çıkarılmıştır (Mayer, 2009). Çoklu ortam tasarımı ile ilgili yapılan en son çalışmada ise Mayer (2021), 14 ilkedен bahsetmektedir. En son belirlenen bu 14 ilke Tablo 1'de belirtildiği gibi gruplandırılmaktadır:

Tablo 1

Çoklu ortam tasarım ilkeleri (Mayer, R. E. (2021)).

En Temel ve Kapsayıcı İlke	Konu Dışı İşlemleri Azaltma İlkeleri	Temel Süreçleri Yönetme İlkeleri	Üretici Süreçleri Geliştirme İlkeleri
Çoklu Ortam	Tutarlılık	Parçalara Bölme	Kişileştirme
	Dikkat Çekme	Ön Alıştırma	Ses
	Gereksizlik	Sunum Türü	Görüntü
	Konumsal Yakınlık		Düzenleme
	Zamansal Yakınlık		Üretken Etkinlik

Mayer'in (2021) Tablo 1'de gruplandırılan çoklu tasarım ilkeleri;

- Çoklu Ortam İlkesi (En temel ve kapsayıcı ilke): Yalnızca sözcükler yerine, sözcükler ve grafikler birlikte sunulmalıdır. Video hem anlatım hem de grafikler içerir.

Harici işlemleri azaltma ilkeleri;

- Tutarlılık: Anlatımda gereksiz materyallerden kaçınılmalıdır. Konu ile ilgisi olmayan öğeler tercih edilmemelidir.
- Sinyal İlkesi (Signaling Principle): Ana konuyu vurgulayacak anahtar kavramlara yer verilmelidir.
- Gereksizlik İlkesi (Redundancy Principle): Görsel destekli anlatımlarda, ayrıca anlatımı tekrar eden yazılar bulunmamalıdır.

- Uzamsal Yakınlık İlkesi (Spatial Contiguity Principle): İlişkili resim ve metinsel ifadeler ekranda birbirine yakın olarak sunulmalıdır.
- Zamansal Yakınlık İlkesi (Temporal Contiguity Principle): İlişkili resim ve metinsel ifadeler sunum sırasında eş zamanlı olarak yer almalıdır.

Temel süreçleri yönetme ilkeleri;

- Bölümleme İlkesi (Segmenting Principle): Bilgi bölümler halinde sunulmalı ve bölümler arasındaki geçişin kontrolü öğrenende olmalıdır.
- Ön Eğitim İlkesi (Pre-training Principle): Temel kavramların isimleri ve özellikleri ön eğitim ile sunulmalıdır.
- Sunum Türü İlkesi (Modality Principle): Metinsel ifadeler sözlü olarak sunulmalıdır.

Üretici süreçleri geliştirme ilkeleri;

- Kişiselleştirme İlkesi (Personalization Principle): Anlatım birinci veya ikinci tekil şahıslar(biz/siz/haydi) kullanılarak yapılmalıdır.
- Ses İlkesi (Voice Principle): Anlatımda makine sesi yerine, dostça tavırlı bir insan sesi kullanılmalıdır.
- Görüntü İlkesi (Image Principle): Videoda anlatıcının yüz fotoğrafının bulunduğu bir pencere olmamalıdır.
- Düzenleme (Somutlaştırma) İlkesi: Eğitmenin konu anlatımı sırasında uygun jestleri kullanması ya da birinci şahıs bakış açısıyla filme alınmasıdır.
- Üretken etkinlik: Öğrencinin öğretim sırasında öğrenmeyi teşvik etmeyi amaçlayan faaliyetlerle meşgul olmasını sağlamaktır.

2.6. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde alanyazında çalışılmış olan “YouTube’un eğitim amaçlı kullanımı ile ilgili çalışmalara”, “Çoklu Ortamla Öğrenmenin Tasarım İlkeleri ile ilgili çalışmalara” yer verilmiştir.

2.6.1. YouTube'un Eğitim Amaçlı Kullanımı ile İlgili Çalışmalar

Ata ve Atik (2016) tarafından yapılan çalışmada, dünya üniversiteleri akademik sıralamasında en iyi 500 üniversite arasında ilk beşte bulunan üniversitelerin resmi video paylaşım siteleri ve bu sitelerdeki video ders içeriklerinin e-öğrenme bağlamında nasıl bir işleve sahip olduğu araştırılmıştır. Tarama yönteminin kullanıldığı çalışmada inceleme; üniversitelerin internet ortamındaki medya ve video çalışmaları, resmi video paylaşım kanalları ve bu kanallardaki eğitici video içerik uygulamaları incelenmiştir. Araştırma sonucunda incelenen bütün üniversitelerde video paylaşım sitesi olarak YouTube'un tercih edildiği, eğitsel videoları YouTube'un "Eğitim" ve "Bilim ve Teknoloji" kategorilerinde açılan üniversite resmi hesaplarında yayınladıkları, YouTube'u ilk kurulduğu yıllardan itibaren aktif olarak kullandıkları, YouTube'un aynı zamanda eğitsel video paylaşımı için de ideal bir ortam oluşturduğu belirtilmiştir.

Alp ve Kaleci (2018) çalışmalarında, öğrencilerin Web Editörü dersi kapsamında, YouTube platformundaki Adobe Dreamweaver programının kullanımı ile ilgili videoların eğitim materyali olarak kullanımına yönelik görüşlerini incelemiştir. Tarama yöntemi ile gerçekleştirilen araştırma kapsamında 2015-2016 eğitim öğretim yılında Siirt Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Bilgisayar Programcılığı bölümündeki 38 öğrenciye anket uygulanmıştır. Çalışmanın verileri, aritmetik ortalama, frekans, yüzde ve standart sapma istatistikleri ve parametrik olmayan Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testleri ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin YouTube platformundaki ilgili videoların bireysel çalışma kapsamında dersi eğlenceli hale getirdiği, konunun anlaşılmasını kolaylaştırdığı, başarı seviyesini artırdığına yönelik görüşleri ortaya konulmuştur.

Dikmen (2018) yapmış olduğu araştırmasında, Türkiye'deki 182 üniversitenin YouTube'daki paylaşım videoları incelenmiştir. Kullanım amaçları ve uygulamış oldukları içerik yayın stratejilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda, üniversitelerin YouTube kanallarının nitelik ve nicelik açısından aralarında büyük farklılıklar olduğu, video kanalların bilimsel içerik ve derslerin paylaşılmasında kullanılması yerine, çoğunluk olarak üniversitelerin tanıtımı ve yönetim kadrolarının icraatlarının duyurulması için kullanıldığı tespit edilmiştir.

Moghavvemi vd. (2018) tarafından yapılan çalışmada, üniversite öğrencilerinin öğrenme amacı ile YouTube kullanımına ilişkin bakış açıları ve onları YouTube'u kullanmaya iten faktörler incelenmiştir. Bu bağlamda Malezya'daki üniversite öğrencileri arasında YouTube'u kullanma şekli ve amacı, öğrencilerin akademik öğrenme bağlamında tamamlayıcı bir araç olarak YouTube videolarının etkililiğine ilişkin görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca çalışmada YouTube'un akademik öğrenme amaçlı kullanımı ile ilgili ölçek geliştirilmiştir. Malezya üniversitesinden 30 öğrenci ile görüşme yapılmış, 312 öğrenciye geliştirilen anket uygulanmıştır. Veriler SPSS'de tanımlayıcı istatistikler, güvenilirlik ve açımlayıcı faktör analizi kullanılarak test edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin akademik sorunları çözmek ve olabilecek tüm soruları yanıtlamak için YouTube'a güvendiği, neredeyse tamamının YouTube'u bilgi aramak ve öğrenmek için kullandığı belirlenmiştir.

Açıksöz ve Güdek (2018) tarafından yapılan çalışmada, müzik eğitimi kapsamında YouTube platformunun etkisini ve çevrimiçi piyano derslerini incelenmiştir. Betimsel bir çalışma olan araştırmada YouTube platformundaki çevrimiçi piyano eğitimi kanallarından en popüler 2 kanal seçilmiştir. Bu bağlamda Hoffman Academy ve Piano Video Lessons YouTube kanallarına ait 302 ders videosunun kapsam ve içerik analizleri yapılmıştır. Çalışma sonucunda ders videolarının seviyelere göre isimlendirildiği; örneklerin uygulamalı gösterilirken ellerin yakın kamera çekim görüntüsüyle desteklendiği; konu anlatımlarında görsel materyallere yer verildiği, müzik alfabesi, müzik teorisi ve ritim çalışmaları gibi teorik anlatımların, işitme eğitimi, deşifre çalışmaları, doğaçlama ve besteleme çalışmalarının eğitici tarafından piyanoda uygulamalı olarak gösterildiği belirlenmiştir.

Taşdelen (2019) yapmış olduğu araştırmanın amacı, YouTube'un açık ve uzaktan eğitimde öğrenim kaynağı olarak kullanılmasında, açık ve uzaktan öğrenmede ders veren öğretim elemanlarının görüşlerinin analiz edilmesidir. Bu bağlamda alanında uzaktan öğretim yöntemiyle ders veren 10 öğretim elemanı ile yarı yapılandırılmış görüşme yaparak, elde etmiş olduğu verileri belli başlıklar halinde sıralamıştır. Çalışmasında YouTube'un öğrenmede etkili bir araç olduğunu belirterek aynı zamanda katılımcılar tarafından öğrenen ve öğreten arasında herhangi bir engel olmadığını, dijital yeterlilik ve telif haklarının kalkması gerektiğini tespit etmiştir. Bununla birlikte çalışmaya katılan

eğitmenlerin öğrenme ve öğretmede YouTube’u kendi derslerinde kullanmayı tavsiye ettiklerini belirtmiştir.

Saurabh ve Gautam (2019) tarafından yapılan çalışmada, kanal sahibinin bakış açısıyla YouTube eğitim videolarını modellenmesi ve istatistiksel analizi amaçlanmıştır. Çalışmada YouTube platformundaki popüler bir eğitim kanalının özel YouTube analiz verileri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda YouTube eğitim videolarının, dönemsel ve günlük görüntülenme eğilimi, popülerlik açısından video büyüme oranını etkileyen faktörler, izleyicilerin coğrafi konumu ile kanalın hitap ettiği sektörün konumu arasındaki ilişki, izleyici ile videoların konusu arasındaki ilişki, videoları izlemek için kullanılan popüler cihazlar ve işletim sistemleri, ana trafik kaynakları, oynatma konumları, çeviri etkinliği ve izleyicilerin demografisi tespit edilmiştir. Araştırmanın YouTube eğitim videolarının teknik özelliklerini anlamada yararlı olacağı belirtilmiştir.

Taşdelen (2019) yapmış olduğu çalışmada, YouTube’daki sağlık içerikli eğitsel videoların okul öncesi çocuklara koruyucu sağlık eğitimini kazandırma bağlamında yeterliliği araştırılmıştır. Koruyucu sağlık hizmeti alanında okul öncesi çocuklara yönelik YouTube platformundaki 48 eğitsel videonun içerik analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda YouTube platformundaki koruyucu sağlık hizmetlerine yönelik faydalı 48 eğitici video içerik bulunduğu; YouTube gibi platformların, okulöncesi çocuklar için koruyucu sağlık hizmetleri bağlamında eğitici videolar aracılığı ile yararlı olabileceği, bu videoların eğitimciler ve ebeveynler tarafından bir eğitim kaynağı olarak kullanılabilmesi belirtilmiştir.

Yavuz Van Giersbergen ve Soyer (2020) tarafından yapılan çalışmada, hemşirelik bölümü öğrencilerinin YouTube’u ameliyathane hemşireliği dersi içeriği olarak kullanımı hakkındaki görüşleri incelenmiştir. Tanımlayıcı yöntem ile tasarlanan araştırmanın çalışma grubunu 114 kişilik 3. Sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. "Sosyodemografik Özellikler ve Teknoloji Kullanım Formu" ve "Hemşirelik Öğrencilerinin Ameliyathane Hemşireliği" Ders İçeriğinde YouTube videolarının Kullanımına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi Formu" ile toplanan veriler sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin, YouTube videolarının Ameliyathane Hemşireliği

dersine dahil edilmesinden memnun oldukları ve YouTube'daki ilgili videoları etkili, açık ve yeterli buldukları belirtilmiştir.

Lam ve Woo (2020) yaptıkları da çalışmada, YouTube platformunun ruh sağlığı eğitimi alanında eğitsel amaçlı kullanılabilirliğini araştırmışlardır. Bu bağlamda ruh sağlığı eğitici içeriklerinin yayınlanma zamanları ile izleyiciler tarafından izlenme ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada YouTube'da yayınlanan ruh sağlığı eğitici videolarından 36 aylık sürede elde edilen veriler toplanmıştır. Çalışmada eğitici videoları risk grubuna giren 65 yaş üstü bireylerin, 25 yaş altı bireylere göre daha uzun süre izlediği; üçüncü yılda yayınlanan eğitici videoların, ilk yılda yayınlanana göre hedef kitle olan 45 yaş üstü bireylere ulaşmada daha etkili olduğu saptanmıştır. Araştırma sonucunda, farklı yaş grubu kitlelerine ulaşmak için YouTube platformunun önemli bir araç olduğu belirtilmiştir.

Kılıç ve Yılmaz (2021) çalışmalarında, öğretmenlerin YouTube platformunu öğrenim amaçlı kabul ve kullanım durumlarını inceleyen yapısal eşitlik modelinin test edilmesi amaçlanmıştır. Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen anket kullanılmıştır. Kişisel bilgiler formu, eğitsel amaçlı YouTube kabul ölçeği bölümlerinden anket test edilerek maddeleri belirlenmiştir. Araştırma sonucunda Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Modelinin temelini oluşturan performans beklentisi, davranışsal niyet, sosyal etki ve çaba beklentisi yapılarının öğretmenlerin YouTube'u öğrenim amaçlı olarak kabul ve kullanım durumlarını etkilediği belirlenmiştir.

Çangal (2021) çalışmasında, yabancılara Türkçe öğretimi sürecinde, öğreticilerin derslerde YouTube kullanımına yönelik deneyim ve bakış açılarını incelemiştir. Durum çalışması olarak desenlenen araştırmada öğreticilerden görüşme formu ile toplanan verilerin içerik analizi yapılmıştır. Çalışma sonucunda yabancılara Türkçe öğretiminde YouTube kullanımının dil becerilerini geliştirmesi, öğrenmeyi eğlenceli hâle getirmesi, Söz varlığını zenginleştirmesi, doğal dil kullanımlarını göstermesi bakımından öğrenme sürecini olumlu etkilediği belirlenmiştir. Genel olarak olumlu yönde görüş bildirilmiş bununla birlikte düzeye uygun içeriklerin seçilmesi ve ön hazırlık gerektirmesi, reklam ve konuyla ilgisiz içeriklerle karşılaşılması durumları olumsuz yöndeki görüşler olarak sunulmuştur.

Cihangir ve Çoklar (2021) çalışmalarında, YouTube platformunun eğitim amaçlı kullanımını ve YouTube platformunda eğitsel içerikli video izleyenlerin görüşlerini incelemiştir. Nitel olarak tasarlanan çalışmada “Kablosuz kedi” isimli YouTube Kanalı’nın 47 takipçisi ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılmış, veriler içerik analizi yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırma sonucunda YouTube dışında en çok tercih edilen video paylaşım platformunun Udemy olduğu, YouTube’da günlük 3 saatin altında vakit geçirildiği, eğitici amaçlı bir YouTube videosunun içerik ve eğitim kalitesi, uzmanlık, akıcı olmayan anlatım, eğiticinin üslubu ve diksiyonu sebepleri ile yayından kaldırıldığı belirtilmiştir. Diğer taraftan takipçilerin YouTube ‘da premium önerilerin yapılması, reklamların fazla olması, yorumlarda denetim eksikliği olması, önerilen videoların ilgisiz olması yönünde eleştiride buldukları belirlenmiştir. Çalışmada takipçilerin tasarım ilkelerini göz önünde bulundurulması önerisi önemli olduğu belirtilmiştir.

Bello-Bravo vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada, YouTube'daki resmi olmayan eğitim videolarının etkisinin ve erişim bilgilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda çalışmada Michigan Eyalet Üniversitesi'ne ait “Scientific Animations Without Borders” isimli YouTube Kanalı’nda sunulan bilimsel animasyon videolarına ait veriler incelenmiştir. 38 bin aboneye ve 14 milyon görüntülenmeye sahip olan kanal, kurumsal kısıtlama olmadan tarım ve sağlık gibi temel alanlarda bağımsız olarak kendi içeriğini üretmektedir. Nicel olarak tasarlanan çalışmada kanal sahibi içerik ve etkinlik verilerinden yararlanılarak, YouTube Analytics'ten toplanan veriler analiz edilmiştir. Analiz sonucunda kanalda en çok damla sulama, kömürlü su filtrasyonu ve tüberküloz kullanılarak hayatta kalma bahçivanlığı videolarının izlendiği; buna bağlı olarak video erişiminin karakteristik talebi, zamanı, konumu ve hacmi tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda kullanıcı etkinliği ile YouTube katılım metrikleri olan izlenme süresi, görüntüleme, beğeni ve abone sayısı arasındaki istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar ölçülmüş, aynı zamanda eğitsel türdeki bu içeriklerin YouTube platformu ile demografide ve küresel olarak geniş çapta uygulanabilir hale getirilebileceği belirlenmiştir.

Tok (2022) yaptığı çalışmada, uzaktan öğrenmeyi tercih eden bireylerin YouTube platformunda kendi ürettikleri içerikler ile akranlarına destek olma stratejilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma durum çalışması olarak desenlenmiştir. Uzaktan öğrenmeyi tercih eden bireyler tarafından üretilen, en az 30 bin izlenme sayısına ulaşmış

10 YouTube videosunun içerik analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda videolarında kişisel tecrübeleri paylaşma, çalışma yöntemi tavsiyesinde bulunma, konuşma dili kullanma, teşvik etme ve uygulamalı anlatma yöntemleri ile uzaktan öğrenen bireylerin akranlarına destek olduğu belirlenmiştir.

Altunel vd. (2022) çalışmalarında, göz kapağı hastalıkları konulu YouTube videolarının eğitim kaynağı olarak kullanılabilirliğini incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada göz kapağı hastalıkları ile ilgili 6 adet terime yönelik 50'şer video analiz edilmiş, toplamda 300 video değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonrasında 152 video çalışmaya dahil edilerek; DISCERN, Journal of the American Medical Association ve Global Quality skorlama sistemleri ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, ektropiyum, entropiyum ve pitozis hakkındaki YouTube videolarının %62'sinin alanında uzman hekimler tarafından yüklendiği, genel olarak iyi kalitede ve kullanılabilir olduğu belirtilmiştir.

Alan yazında YouTube platformunun eğitsel amaçlı kullanımı ile ilgili araştırmalarda, YouTube'un eğitim ortamlarında kullanımını, platformdaki eğitici içeriklerin eğitsel olarak yeterliliğini ve bu içeriklere ait analitik verilerin incelenmesini, YouTube eğitici içeriklerine yönelik öğrenci, öğretmen, öğretim görevlisi görüşlerinin incelenmesini konu edinen çalışmalar yer almaktadır.

2.6.2. Çoklu Ortamla Öğrenmenin Tasarım İlkeleri ile İlgili Çalışmalar

Ateş, vd. (2015) birlikte yaptıkları çalışmada, FATİH Projesi kapsamında hizmet veren EBA Platformunda bulunan Türkçe ders videolarının amaçlarına ne ölçüde katkı sağladığını incelemişlerdir. Türkçe dersi videolarının sistematik bir anlayışla ele alınması amaçlanarak betimsel bir araştırma yapılmıştır. Çalışmada 16 Nisan 2015 tarihinde EBA'da erişilebilen 5., 6., 7. ve 8. sınıf öğrenciler için hazırlanmış 125 ders videosu Türkçe ders videoları analiz edilerek içeriklerin Türkçe öğretimi bakımından özelliklerini ortaya koyarak, amacına uygun kullanılmasına katkı sunmak amaçlanmıştır. Bu videolar araştırmacıların her biri tarafından üçer defa izlenerek önceden belirledikleri yedi (7) soru açısından incelemeye tabi tutulmuştur. Elde ettikleri sonuçları her alt amaca uygun olarak tablolar hâlinde belirlemişlerdir. Sonuç olarak Türkçe ders videolarının sınıflara göre eşit

dağılım yapılmayarak videoların yarısından çoğunun 8. sınıflara yönelik olduğunu, ders videoların sürelerinin yetersiz olduğunu, izlenme oranlarının son derece düşük olduğunu ve sınıf düzeylerine uygun olmadığını tespit edilmiştir. Ayrıca Türkçe videolarının dersin kazanımlarına yönelik hazırlanması gerektiğini, videoların ders işleniş süreçlerinin aşamalarına yer verilmediği, dersin sunuş yoluyla öğretim yaklaşımının kullanıldığı belirtilerek farklı öğretim yöntem ve tekniklerden yararlanılmadığını tespit etmişlerdir.

Bingöl (2014) tarafından yapılan çalışmada, lisans düzeyinde eğitim gören öğrencilere iletişim tasarımı eğitiminde çoklu ortam tasarımı konusuna yönelik öğrencilerin başarılarını ve bilgi seviyelerini ölçmeyi amaçlamıştır. Araştırmanın evrenini 2009-2010 öğretim yılında Ankara ilinde bulunan üniversitelerin fakültelerinde görsel iletişim tasarımı eğitimi veren, araştırmanın örneklemini de bu alanda eğitim vermeye devam eden 5 fakülte'deki 100 öğrenci üzerinde çalışmıştır. Araştırmada bu fakültelerde farklı kademelerde görev yapan 12 öğretim elemanı ile yüz yüze görüşerek çoklu ortam tasarımı içeren derslerin yeterliliğine ilişkin görüşlerini alarak öğretim elemanlarının çoğunluğunun bu eğitimde uygulanan ders programlarının içeriklerinin kısmen yeterli olduğunu belirterek geliştirilmesi gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir. Ayrıca öğrenciler bilgi testi uygulayarak almış oldukları puanları, okumuş oldukları üniversitelere göre farklılık gösterip göstermediğini kontrol etmek için tek yönlü varyans analizi ve T testi yapmıştır. Araştırmanın sonunda ise araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerinin ve yaşlarının başarı için önemli bir fark göstermediğini tespit etmiştir.

Karakuş Yılmaz ve Çağıltay (2016) çalışmalarında, çoklu ortam tasarımı dersini alan, BÖTE bölümü 3. Sınıf öğrencilerinin, öğretim tasarımı alanı ile ilgili elde ettikleri kazanımları değerlendirmişlerdir. Araştırmanın çalışma grubunu 47 ders öğrencisi, 16 mezun, 10 bir önceki yıldan aynı dersi alan öğrenci oluşturmaktadır. Durum çalışması olarak yürütülen araştırmada anket ve görüşme araçları kullanılmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin öğretim tasarımı alanında kabul görmüş olan öğretim tasarımcısı becerilerinin birçoğunu çoklu ortam tasarımı sürecinde kazandıkları belirtilmiştir. Diğer taraftan süre kısıtlılığı sebebiyle sürecin tam olarak anlaşılması, eğitimci tarafından oluşturulmuş bir gruba çalışmanın performans ve ürünü etkilemesi gibi sorunlar oluştuğu vurgulanmıştır.

Bulduk (2016) çalışmasında, etkileşimli medya uygulamalarının tasarım aşamasının önemini ortaya koymayı amaçlamış, bu bağlamda “Çoklu Ortam Tasarım İlkelerine” göre tasarım sürecini değerlendirmiştir. Araştırma kapsamında eğitici e-kitap, oyun, etkinlik uygulamaları, bilgi verici grafikler, etkileşimli medya uygulamaları çoklu ortam tasarım ilkeleri bağlamında incelemiştir. İncelenen çoklu ortam medyaları Peg’s Pizza Place ve The Highlight Zone isimli eğitici etkinlik uygulamalarından; Monkeys in My Head ve Nedi the Yeti isimli etkileşimli elektronik çocuk kitabından oluşmaktadır. Araştırma sonucunda tasarım sürecinin uygulamaların nitelikli olarak bitirilebilmesi ve değerlendirilebilmesi bağlamında planlanması önerilirken, nitelikli ürün geliştirme sürecinde etkileşimli medya uygulamalarının önem taşıdığı belirtilmiştir.

Coşgun ve Satıcı (2017) çalışmalarında öğrenenlerin bilişsel yük, geri getirme ve öğrenme transferi düzeylerine çoklu ortam kuramı bağlamında yüksek konu dışı işleme yükünün etkisini araştırmışlardır. Gerçek deneme yöntemlerinden son test kontrol gruplu deneysel desen ile yapılan araştırmada Mustafa Kemal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü’nden 31 öğrenci ile çalışılmıştır. Katılımcılar, konu dışı işleme yükü yüksek ve düşük olarak tasarlanmış iki çoklu ortamdaki birisini deneyimlemiştir. Araştırma sonucunda konu dışı işlemeyi azaltma tekniklerinin uygulanmadığı çoklu ortamın katılımcılarda daha fazla bilişsel yüke neden olduğu ve öğrenme transfer performanslarını olumsuz yönde etkilediği belirlenmiştir.

Özerbaş ve Yalçınkaya (2018) yapmış oldukları araştırmada, ilkokul 4. sınıfta okuyan öğrencilerin çoklu ortam tasarımı ile oluşturulmuş bir öğrenme ortamında motivasyon akademik başarıları ve öğrenilen bilgilerin kalıcılığı üzerinde etkiye sahip olup olmadığını incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma Bitlis ili Merkez ilçesine bağlı bir ilkokulun dördüncü sınıfında öğrenim görmekte olan 35 öğrenci üzerinde yapılmıştır. Araştırmada ön test son test kontrol gruplu deneysel desen kullanılmışlardır. Araştırma başlangıcında deney ve kontrol grubu öğrencilerine ön test olarak “araştırmacı tarafından geliştirilen Akademik Başarı Ölçeği” ve “Balantekin ve Oksal tarafından geliştirilen Motivasyon Ölçeği” uygulamışlardır. Deney süresi 4 hafta sürmüştür ve son test olarak her iki gruba da aynı ölçekler uygulamışlardır. Elde etmiş oldukları verileri çözümlmek için SPSS programını tercih etmişlerdir. Alt problemlerin çözümlenmesinde aritmetik ortalama, standart sapma, frekans, yüzde ve tek faktör üzerinde tekrarlı ölçümler için iki faktörlü

ANOVA (repeated measures) kullanılmışlardır. Araştırmalarının sonucunda öğrencilerin kalıcılık puanlarının ve motivasyon ve akademik başarılarının deney grubu lehine olumlu olarak değişiklik gösterdiğini tespit etmişlerdir.

Yünkül (2019) tarafından yapılan çalışmada, “Çoklu Ortam Öğrenme Kuramına” göre yapılmış olan uygulamanın öğrenci başarısı ve kalıcılık düzeyine yönelik etkisi değerlendirilmektedir. Yarı deneysel desen ile tasarlanan araştırmanın çalışma grubunu, Öğretim İlke ve Yöntemleri Dersini ilk defa alan BÖTE bölümü ikinci sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmacı tarafından geliştirilen başarı testi kullanılarak, çoklu ortam yazılımı ile öğrenen (deney grubu) ve geleneksel yöntemle öğrenen (kontrol grubu) öğrencilerin, Öğretim İlke ve Yöntemleri dersindeki başarıları karşılaştırılmış, karışık ölçümler için iki yönlü ANOVA ve ANCOVA analizleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda çoklu ortam yazılımı ile öğrenen öğrencilerin başarı puanlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Eğitsel uygulamaların Çoklu ortam öğrenme kuramı gibi kuramsal temellere dayandırılması önerilmiştir.

Taş Alicenap ve San (2019) çalışmalarında, animetizm ve sinematizm kavramlarının eğitici çizgi film içeriğine etkisi araştırılmıştır. Bu bağlamda çocuklar için eğitici amaçla hazırlanmış, 2 ve 3 boyutlu ortamda tasarlanan The Fixies (2010-) televizyon serisi, animetizm ve sinematizm kavramları üzerinden, “Çoklu Ortamla Öğrenme Kuramı” kapsamında değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda eğitici içeriklerin görsel ve işitsel olarak aktarıldığı bölümlerde çoklu ortam ilkelerinin dikkate alınarak, animetizm yaklaşımı ile tasarlanması gerektiği belirlenmiştir. The Fixies çizgi film serisinin ise sinematizm ve animetizm yaklaşımlarına göre, eğlence ve öğrenme bağlamında iki ayrı bölüm olarak etkili bir biçimde çocuklara aktardığı belirtilmiştir.

Akyol ve Çiftçi (2020) tarafından yapılan çalışmada, yapılandırmacı yaklaşıma düzenlenmiş öğretim etkinliklerinin çoklu ortam ilkeleri ile tasarlanmasının ortaokul öğrencilerine yönelik etkileri belirlenmeye çalışılmıştır. Nicel araştırma yöntemine göre tasarlanan çalışmada ön-test/son-test kontrol gruplu deneysel desen kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu Konya’da bulunan bir ortaokulun 7. Sınıf öğrencilerinden 66 kişi oluşturmaktadır. Fen bilgisi dersi kapsamında gerçekleştirilen çalışmada rastgele seçilen deney ve kontrol gruplarına geleneksel program ve çoklu ortam ilkeleri ile

düzenlenmiş etkinlik programı uygulanmıştır. Toplanan verilerin analizinde betimsel istatistikler, bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü kovaryans analizi (ANCOVA) kullanılmıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin akademik başarılarına çoklu ortam ilkelerine göre düzenlenmiş yapılandırmacı öğretim etkinliklerinin olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.

İşbulan, vd. (2020) yapmış oldukları araştırmada, betimsel bir çalışma yaparak FATİH Projesi kapsamında Eğitim Bilişim Ağı (EBA) platformunda yer alan uygulamaların çoklu ortam öğrenme ilkelerine göre sistematik bir şekilde incelemişlerdir. Araştırmada araştırmacı grup tarafından hazırlanan ve uzman görüşleri alınarak belirlenen, çoklu ortam uygulamalarını değerlendirme rubriği veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Uygulamalar hazırlanan rubriğe göre değerlendirilerek elde edilen veriler, bilgisayar ortamına bir elektronik tablolama yazılımı programıyla aktarılmıştır. İlkelerin aritmetik ortalamaları ve genel yüzdeleri Mayer'in çoklu ortam öğrenme ilkelerine göre hesaplanmıştır. Araştırma sonucunda EBA platformunda yer alan uygulamalar tasarlanırken Mayer'in çoklu ortam öğrenme ilkeleri olan biçim, resim, parçalara bölme, dikkat çekme, ön alıştırma, gereksizlik ve ses ilkelerine yönelik tasarımlarda eksiklikler olduğu belirlenmiş ve bu eksikliklere yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Çoban (2021) yapmış olduğu araştırmanın amacı, özel yetenekli öğrencilere eğitim veren bilim ve sanat merkezindeki öğretmenlerin, çoklu ortam teknolojilerinin eğitimde kullanımına yönelik görüşlerinin incelenmesidir. 2020 yılı içerisinde yapılan çalışmanın temeli “animasyon ile dijital içerik hazırlama, dijital video kurgulama ve öyküleme, storyboard, ve adobe photoshop” gibi eğitimleri gerektiren ve son yıllarda çoklu ortam teknolojilerinin eğitime entegre edilmesi konusunda özgün bir öğretim yöntemi sunan “dijital öyküleme ve animasyon” eğitimi oluşturmaktadır. Çalışmanın grubu 21 farklı bilim ve sanat merkezinden ve 13 farklı branştaki 28 öğretmenin katıldığı araştırmanın veri analizinde nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemini tercih etmiştir. Çalışma sonucunda araştırmaya katılan öğretmenlerin çoklu ortam teknolojileri ve bu teknolojileri eğitimde kullanımına yönelik farkındalık ve geliştirilebilir düzeyde kullanım becerisi sağlanıldığını tespit etmiştir.

Özerbaş vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada, dijital platformda bulunan üçüncü sınıf hayat bilgisi ders videolarının Mayer'in Çoklu Ortam Tasarım İlkeleri bağlamında incelenmiştir. Bu bağlamda videoların tasarım ve geliştirme aşamasında ölçütlere ne düzeyde dikkat edildiğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Dijital platformdaki 41 hayat bilgisi ders videosu, Ozan (2013) tarafından hazırlanan çoklu ortam uygulamalarına ilişkin değerlendirme tablosu ile değerlendirilmiştir. Toplanan verilerin analizinde tekrarlı ölçümler için iki faktörlü ANOVA Testi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda eğitici içerik yayınlamayı amaçlayan dijital platformların çoklu ortam tasarım ilkelerine göre, uzman kişiler tarafından değerlendirilmesi ve eksiklerin tespit edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Diğer taraftan uygulama geliştiricilerin konuyla ilgili araştırmaları ve değerlendirme ilkelerini baz alarak içerik üretmesi önerilmektedir.

Ülker (2021) çalışmasında, Yunus Emre Enstitüsü'nün A1 seviyesindeki Türkçe öğretim videolarını, çoklu ortam ilkelerine göre incelemiştir. Videoların çoklu ortam ilkelerine uygunluğunu; eksikliklerini ve geliştirilebilecek yönlerini tespit etmeyi amaçladığı çalışmasını nitel araştırma yöntemlerinden eylem araştırması olarak desenlemiştir. Dereceli puanlama ölçeği, görüşme ve doküman analizi ile toplanan veriler, istatistiksel tekniklerle analiz edilmiştir. Araştırmanın evrenini Yunus Emre Enstitüsü tarafından A1 düzeyinde üretilen Türkçe öğretim videoları, örneklemini ise kurum tarafından yayınlanan ilk beş video oluşturmaktadır. Çalışma sonucunda değerlendirilen Türkçe öğretim videolarının çoklu ortam ilkeleriyle yüksek düzeyde uyum sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca videolarda animasyon ve hareketli görsellerle ilgili eksikliklerin öne çıktığı, bu eksikliklerin küçük düzeltmelerle geliştirilebilecek alanlar olduğu belirtilmiştir.

Kaleli (2022) tarafından yapılan çalışmada, çoklu ortamda öğrenme kuramı bağlamında etkileşimli animasyonların tasarım aşamasında dikkate alınması gereken öğeler değerlendirilmiştir. Belirlenen öğeler araştırma kapsamında "İstiklal Yolu" isimli etkileşimli animasyon projesinde uygulamaya geçirilmiştir. Nitel araştırma yöntemi ile yapılan çalışmada etkileşimli animasyon çalışmaları eğitim ve tasarım yönünden betimsel analiz kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmadan elde edilen verilere dayanarak "İstiklal Yolu" isimli etkileşimli animasyon tasarlanmış, animasyona ait örnek sahnelere yer verilmiştir. Araştırma sonucunda etkileşimli animasyonlar gibi görüntü ve ses unsurlarının birlikte kullanıldığı materyallerin, beynin sözel ve görsel kanallarında yük

oluşturmadığı, izleyicinin hikayeyi kendisi deneyimleyerek farklı seçim ve sonuçlarını gördüğü belirlenmiş, geleneksel eğitim metotlarına oranla kalıcı bir öğrenme deneyimi sunduğu belirtilmiştir.

Altunhan, vd. (2022) birlikte yapmış oldukları çalışmada, eş zamanlı olarak gerçekleştirilen e-öğrenme ortamlarında tercih edilen çoklu ortam tasarımı materyallerinin 1. sınıf öğrencilerinin ilk okuma ve yazma sürecine etkilerine ilişkin öğretmen görüşlerinin incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmalarında nitel araştırma yaparak durum çalışması yöntemi kullanmışlardır. Çalışma grubu olarak 2020-2021 eğitim öğretim yılında ilkökul 1. sınıf okutmakta olan 12 sınıf öğretmeni üzerinden yapılmıştır. Öğretmenlerle araştırma amacına uygun soru havuzu oluşturulmuş ve açık uçlu soruların sorulduğu görüşme tekniği kullanılarak, 8 demografik ve 6 açık uçlu olmak üzere toplam 14 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturmuşlardır. Yaptıkları çalışma neticesinde sınıf öğretmenlerinin çoklu ortam materyallerini tercih etme amaçları, çoklu ortam materyallerinin taşınması gereken özellikler ve bu materyallerin kullanımına ilişkin öğretmen davranışlarını değerlendirmişlerdir.

Alanyazında çoklu ortam öğrenme kuramı ile ilgili çalışmalarda ise EBA platformundaki videoların, etkileşimli medya uygulamalarının, eğitici çizgi filmlerin, çeşitli ders videolarının çoklu ortam tasarım ilkelerine göre incelenmesini, öğrencilerin ve öğretmenlerin çoklu ortam öğrenme ortamlarına yönelik görüşlerinin analizini konu edinen çalışmalar yer almaktadır. Bu bağlamda alanyazında eğitici videoların içerik analizine yönelik çalışmalar mevcut olmasına rağmen, YouTubedaki eğitici videoların çoklu ortam tasarım ilkelerine göre analiz edilmesine yönelik ulusal alanyazında çalışma bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra YouTube eğitici içeriklerine yönelik izleyici görüşlerinin incelendiği çalışmalar bulunmasına rağmen, eğitici içeriğin analizi ile birlikte izleyici-içerik üretici görüşlerinin bir arada yer aldığı çalışma bulunmamaktadır. Bu araştırma kapsamında yapılan çalışma ile YouTube eğitici içeriklerinin Mayer'in çoklu ortam tasarım ilkelerine göre analiz edilmesi ve izlenme sebeplerine ilişkin izleyici-içerik üretici görüşlerine başvurulmasına yönelik olarak alanyazındaki boşluğu doldurması amaçlanmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ/MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları, veri toplama ve veri analizi süreci açıklanmıştır.

3.1. Araştırmanın Modeli

YouTube platformunda öne çıkan eğitici bir kanaldaki video içeriklerinin, kanal içerik üreticisi ve izleyici görüşlerinin inceleneceği bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması kullanılmıştır. Durum çalışması, belirli bir zaman aralığında meydana gelen durumların, kendi bağlamı içerisinde bir bütün olduğu, kesin sınırlarının belirlenmesinin zor olduğu, farklı kaynaklara yönelik veri toplama araçları (görüşme, gözlem, doküman, rapor) ile derinlemesine incelenen durumların tanımlandığı bir araştırma yöntemidir (Creswell ve Plano Clark, 2007; Yıldırım ve Şimsek, 2013).

3.1.1. Araştırma Süreci

Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Basfi İle Deneysel Bilim kanalı içeriklerinden seçilen videoların analizi yapılmıştır. Burada videoların tasarım özelliklerinin Mayer'in ilkelerine göre belirlenmesini amaçlayan birinci araştırma sorusuna ve videoların program öğelerinin belirlenmesini hedefleyen ikinci araştırma sorusuna cevap aranmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise kanalın içerik üreticisi ve izleyicileri ile görüşme gerçekleştirilmiş; burada çalışmanın üçüncü ve dördüncü araştırma sorusuna cevap aranmıştır. Üçüncü araştırma sorusunda kanal içerik üreticisinin, dördüncü araştırma sorusunda ise kanal izleyicilerinin tasarım öğeleri açısından izleme sebeplerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın aşamaları Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın aşamaları

Çalışmada videoların kapsamlı olarak incelenmesi için içerik analizi ve betimsel analiz, kanalın içerik üreticisi ve izleyici görüşleri için yarı yapılandırılmış görüşme kullanılmıştır. Toplanan verilerinin analiz edilme sürecinde, veriler kod listesine işlenmiştir. Verilerin kodlanması aşamasında, tümevarımsal yaklaşım benimsenmiş, verilerden kavramlar çıkarılmıştır. Toplanan verilerin analizine rehberlik edecek bir kavramsal yapı olmadığı durumlarda, kavramsal yapı verilerin tümevarımcı bir analize tabi tutulması sonucu araştırmacı tarafından ortaya çıkarılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

YouTube Kanalı'nın Seçilmesi

Çalışmada video içerikleri analiz edilmek üzere eğitici içerik üreten “Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube kanalı seçilmiştir. Kanal Türkiye’deki YouTube eğitici video

içerik kanalları arasından ölçüt örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme yönteminde (Büyüköztürk vd., 2014), daha önceden belirlenmiş bazı önem ölçütlerini karşılayan tüm durumlar çalışmakta ve gözden geçirilmektedir (Patton, 2014).

Mart 2021 itibariyle YouTube Türkiye’de ünlü kategorisine giren “Basfi ile Deneysel Bilim” kanalı 383 bin aboneye sahiptir. Kanal YouTube’da 100 bin aboneyi geçerek ünlü kategorisinde yer almaktadır. Kanal farklı türde içerik barındırmayıp; sadece eğitici içerik ürettiği, bilinçli seçim yapabilecek düzeydeki çocuk kitlesine hitap ettiği, video içeriklerine takipçiler tarafından 1000’in üzerinde yorum yapıldığı, 1 milyon izlenme ve beğeni sayısına ulaştığı, kanalın kuruluş tarihi olan 8 Mart 2017’den bugüne her hafta düzenli olarak içerik paylaştığı için tercih edilmiştir.

SocialBlade.com web sitesinde yapılan taramada milyon aboneleri olan ortaokul düzeyindeki eğitici kanallara da rastlanmış fakat, bu kanallardan bazılarının yüksek abone sayısına rağmen kanal içeriklerine yapılan yorum sayısının az olduğu dolayısı ile yeterli etkileşimi sağlamadığı görülmüş; bazı kanalların ise farklı mecralardan (yayınevi, online eğitim platformu, vb.) da destek alarak ya da birden fazla kanal aynı çatıda birleşerek yüksek abone sayısına ulaştığı düşünülmüş, sadece YouTube’daki eğitici videoları ile öne çıkan bu kanalın seçilmesi, araştırmanın doğal şartlarda seyretmesi için daha uygun görülmüştür (SocialBlade, 2022). Ayrıca kanalın 2018 yılında MediaCat Dergisi tarafından, 2006 yılından bu yana düzenlenen, 441 katılımcı, 3 bin 280 projeye yer aldığı Felis Ödülleri kapsamında “dijital bölüm” de ödül almıştır (BASF, 2022). Bunun yanı sıra kanal, akademisyenler, içerik editörleri, psikologlar ve eğitimciler tarafından, hedef kitlesi çocuklar olan içerikleri incelemek, değerlendirmek ve bu konuda ebeveynleri bilgilendirmek amacıyla kurulan “Çocuk İçin İçerik Derneği” platformunda incelenmiştir. Kanal platformda, Yayıncılar ve YouTuber’lar kategorisinde “Çocuklara da hitap eden bilimsel deneyler yapılan bir kanal” tanımlanmakta; eğitici ve fen-doğa bilgisi temalarında 10 yaş grubu çocuklara katkı sağlayabilecek bir kanal olarak önerilmektedir (Çocuk İçin İçerik, 2022). Bahsedilen etmenler ölçüt özelliklerini taşıyan bir kanalın içeriklerinin incelenmesi bakımından kanalın seçiminde etkili olmuştur.

Kanal Hakkında Bilgi

Araştırmada incelenen “Basfi ile Deneysel Bilim” isimli YouTube kanalı 383.000 aboneye sahip olup, YouTube kanalları için dönüm noktalarından olan 100 bin abone sayısını aşmış olması sebebi ile ünlüler kategorisinde yer almaktadır. Kanal BASF Türk Kimya tarafından, sosyal medya aracılığıyla gençlere kimyayı ve bilimi sevdirmeyi amaçladığı bir sosyal sorumluluk projesi olarak oluşturulmuştur (BASF, 2022). 8 Mart 2017 tarihinde kurulan kanal, 26 milyonun üzerinde görüntülenme sayısına ulaşmış olup; kanala 266 video içerik yüklenmiştir (SocialBlade, 2022). Şekil 2’de araştırmada incelenen Basfi ile Deneysel Bilim YouTube kanalına ait görsel verilmiştir.



Şekil 2. Basfi ile Deneysel Bilim YouTube Kanalı’na ait görsel

Kanaldaki video içerikler bir medya şirketi tarafından üretilmekte, kanalın YouTuber’u olarak video içeriklerde görünen kişi ise, bir televizyon programı sebebi ile popüler bir isim olan Atakan Çelik’tir. Atakan Çelik kanaldaki video içeriklerde, bu kanal için oluşturulan bir karakter olan “Basfi” ismi ile hitap edilen ve eğlenceli deneyler yapan bir bilim insanıdır.

Kanaldaki video içerikler genel olarak fen deneyleri ve bilimsel bilgi içerikli animasyonlardan oluşmaktadır. Kanaldaki deney videolarının sayısı 177; animasyon

videolarının sayısı ise 54'tür. Deney videolarının süresi ortalama 3 dakika ile 14 arasında değişirken; animasyon videoları ise genellikle daha kısa süreli olmakta; en kısa animasyon 2 dakika 20 saniye; en uzun animasyon videosu ise 3 dakika 40 saniye arasında değişmektedir. Kanalın oynatma listesinde video içerikler, “evde yapılabilecek deneyler”, “fizik deneyleri”, ”kimya deneyleri”, ”animasyonlar” ve “Basfi'nin tüm videoları olarak” gruplandırılmıştır. Bütün kategorilerdeki video sayısı birbirine yakındır.

Fen deneylerinin yapıldığı videolarda “Basfi” karakteri, bir masa üzerindeki, malzemelerle deney yapmaktadır. Videolara başlarken hangi deneyi yapacağını açıklayan Basfi, deneyi yaparken bir dış ses ile konuşmakta, böylelikle eğlenceli ve sohbet havasında bir ortam oluşmaktadır. Konuyla ilgili yer yer komik şakalara yer verilen içeriklerde, Basfi ve dış ses gülerken videoyu monotonluktan çıkarmaktadır. Genellikle önce deney malzemelerini tanıtan Basfi, sonra deney yapım aşamasına geçmekte, deney sonunda ise bu deneyle ilgili öğrenilen bilimsel kavramı açıklamaktadır. İçerikte bahsedilen bilimsel kavram ekrana dikkat çekici bir biçimde yazılmakta, böylelikle görsel olarak akılda kalması da hedeflenmektedir. Videoda bazen deney yapılan konu ile ilgili küçük animasyon ya da gerçek resimlere de yer verilmektedir. Video içeriklerde yapılan deneyler genellikle günlük hayat ile ilişkilendirilmekte, yapılan deneyler ile günlük yaşamımızın iç içe olduğu vurgulanmaktadır.

Animasyon videoları merak uyandıracak bir konunun bilimsel olarak açıklamasının yapıldığı videolar olup, yine Basfi'nin sesi ile seslendirilmekte, videoda görüntü ve animasyonlar üzerinden konu hikâyeleştirilerek açıklanmaktadır. Kanaldaki yalnız bir animasyon ve bir deney videosu olmak üzere toplam iki video içerikte ünlü YouTuber Barış Özcan'ın sesi kullanılmış ve bu durum video içeriklerin başlığında da belirtilmiştir.

Videolara bazen hareketli bir fon müzik ile başlanmakta, fakat video boyunca sürekli müziğe yer verilmemektedir. Özellikle deney yapım esnasında gerçek ortam sesleri videoya yansıtılmakta, yer yer duruma uygun hareketli fon müzikleri kullanılmaktadır.

Kanaldaki video içeriklerin kapak resimlerinde eğer deney videosu ise, mutlaka Basfi'nin fotoğrafı da kullanılarak, deneyde kullanılan malzemeler ile dikkat çekici ve eğlenceli olabilecek bir anın görüntüsü konulmaktadır. Animasyon videolarında ise kapak

olarak konuyla ilgili karakterin bir karikatürü ve video başlığı ya da sadece video başlığı kullanılmaktadır. Video başlıkları genel olarak dikkat çekici ve iddialı cümlelerden oluşmaktadır. Bazen konu içerik konusu ile ilgili merak uyandırıcı bir soru cümlesi, bazen ise konu ile ilgili iddialı eylem cümleleri video başlıkları olarak kullanılmaktadır. “Sıvı elektrik kablosu olur mu?”, “Şekersiz içecekler neden suya batmaz?”, “Yeşil yumurta yaptım”, “Sadece iki malzeme ile plastik yaptım”, “Telefon nasıl çalışır?” ifadeleri içeriklerde kullanılan örnek başlık cümleleridir. Fotoğrafın üzerine video başlığı farklı renklerde, aynı tipografi kullanılarak dikkat çekici bir tasarımla yazılmaktadır.

Videoların açıklama kısmında konu ile ilgili merak uyandırıcı iki ya da cümle ile kısa bir bilgi verilmekte ve bir adet soru sorulmaktadır. Soru genellikle iki seçenekli bir test sorusu olup, yine doğru cevap sorunun altında yer almaktadır. Bazı videoların yorum kısmında ise içerik üretici, kendisi yorum yaparak bu yorumunu sabitlemektedir. Burada “Video’yu nasıl buldunuz?” gibi ifadelerle izleyicinin fikirlerini sorarak etkileşime geçmektedir. Diğer taraftan kanal düzenli olarak her hafta cuma günleri, akşam saatlerinde içerik paylaşmaktadır. Genel olarak deney videoları daha çok görüntülenme, beğeni ve yorum almakta, animasyon videoları ise bu metrikler bakımından daha az sayıda etkileşim almaktadır. Kanalın aylık geliri ise 73\$ ile 1200\$ arası değişmektedir (SocialBlade, 2022).

Video İçeriklerin Seçilmesi

Analizi yapılacak video içerikler, kanalın videoları arasından ölçüt örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Videoların seçimleri için kanalın video içeriklerinin socialblade.com sitesindeki sıralamasından yararlanılmıştır. Videolara ait abone, beğeni, yorum ve izlenme sayısı araştırma için uygun olan videoların seçiminde yol gösterici olmuştur. Kanalın en çok görüntülenen ilk 50 videosu arasından en kısa sürede en fazla görüntülenme, yorum ve beğeni sayısına sahip ilk 10 video içerik analizi yapılmak üzere seçilmiştir. Socialblade.com sitesinde kanala ait en çok görüntülenme alan ilk 15 video içeriğe ait sıralama Şekil 3’te verilmiştir.

BASFI İLE DENEYSEL BİLİMDEN EN SON 50 YOUTUBE VIDEOSU					
50 En Son Videolar	En Çok Görüntülenen 50 Video	50 En Yüksek Puan	50 En İlgili		
TARİH	VIDEO BAŞLIĞI	GÖRÜNTÜLE	DEĞERLENDİR	YORUMLAR	AVUSTRALYA,
2017-09-28	Kot Pantolonlar Neden Mavidir?	1,1 milyon	100.0	262	529 - 4,2 bin dolar
2019-05-17	Sadece 2 Maddeyle Dev Plastik Yaptım!	949.1K	100.0	1K	475 - 3,8 bin dolar
2017-12-05	Madeni Paralar Neden Yuvarlak?	904.1K	100.0	230	452 - 3,6 bin dolar
2017-03-21	En Hızlı Köpüren Sabun Deneyi - Barış Özcan'ın Se...	820.1K	100.0	3K	410 - 3,3 bin dolar
2017-10-25	Neden Niagara Şelalesi Önünde Nikola Tesla Heykeli...	722.9K	100.0	155	361 - 2,9 bin dolar
2017-11-17	Kendi Plak Çalarımı Yaptım	719.3K	100.0	309	360 - 2,9 bin dolar
2020-11-13	Sudan Korkan Malzeme	707.6K	100.0	1K	354 - 2,8 bin dolar
2019-09-20	Günün Menüsü: Yeşil Yumurta	676.7K	100.0	2K	338 - 2,7 bin dolar
2020-09-18	Dünyanın En Sert Sıvısı ile Deney Yaptım (Evde Deneyi...	572.1K	100.0	983	286 - 2,3 bin dolar
2017-10-13	Sesi Görmek Mümkün Mü?	563.8K	100.0	343	282 \$ - 2,3 bin \$
2020-12-25	Çok Şaşıracağınız Yanlışlıkla Keşfedilmiş 5 Buluş	480.7K	100.0	2K	240 - 1,9 bin dolar
2017-10-27	Kablosuz Elektrik Nasıl İletilir? - Tesla Bobini Deneyi	429.8K	100.0	622	215 - 1,7 bin dolar
2018-07-13	Slime Aslında Nedir?	351.7K	100.0	914	176 - 1,4 bin dolar
2019-10-04	Zıplayan, Yumuşacık Yumurta Yaptım - Evde Deneyin!	342.1K	100.0	762	171 - 1,4 bin dolar
2020-06-12	Soğuk Suya Mürekkep Damlatırsak Ne Olur? (Evde Deneyi...	339.2K	100.0	1K	170 - 1,4 bin dolar

Şekil 3. Socialblade.com sitesinde kanala ait en çok görüntülenme alan ilk 15 video içeriği ait sıralama (SocialBlade, 2022)

Analiz edilecek videolar 3 aşamada belirlenmiştir. Birinci aşamada, kanalın en çok görüntülenme alan ilk 50 videosu listelenmiştir (SocialBlade, 2022). İkinci aşamada en çok görüntülenme alan bu videolar arasından en çok yorum ve beğeni alan videolar seçilmiştir. Üçüncü aşamada ise, görüntülenmesi yakın ve çok yorum almış videolardan; yakın tarihte yayınlanmış olan video seçilmiştir. Bu aşamadan sonra ise videoların görüntülenme sayısı, yayında kalma süresine bölünerek karar verilmiştir. Burada daha yeni bir tarihte yayınlanmasına rağmen daha fazla görüntülenme, yorum ve beğeni alan içeriğin seçimi hedeflenmiştir. Dolayısı ile en kısa sürede en çok izlenen videoların belirlenmesi sağlanmıştır.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Basfi İle Deneysel Bilim YouTube Kanalı'nın içerik üreticisi ve izleyicileri oluşturmaktadır. İçerik üretici olarak 1 katılımcı, izleyici olarak 112 katılımcı olmak üzere toplam 113 katılımcı ile çalışılmıştır. Ayrıca çalışmada Basfi İle Deneysel Bilim YouTube Kanalı'na ait en yüksek izlenme, yorum ve beğeni sayısına sahip 10 adet videonun içerik analizi yapılmıştır.

İçerik üretici, Basfi İle Deneysel Bilim YouTube Kanalı'nda yapımcı olarak görev almaktadır. İçerik üretici eğitici videoların yapım, üretim ve yayın aşamalarında yer almaktadır. Bu bağlamda anlatılacak deneylerin bulunması, malzeme temini, çekimler, kurgu gibi süreçler içerik üreticisi tarafından yürütülmektedir. İçerik üreticiye ilişkin demografik bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2
İçerik üreticiye ilişkin demografik bilgiler

Demografik Özellikler	
Yaş	42
Eğitim Durumu	Yüksek Lisans
Meslek	Yapımcı (Showrunner)
YouTube platformuna içerik üretim süresi	5 yıl

Tablo 2'de içerik üreticinin demografik bilgileri incelendiğinde yüksek lisans mezunu olduğu ve içerik üretimi alanında 5 yıl süreli tecrübesi olduğu görülmektedir.

İzleyiciler, Basfi İle Deneysel Bilim Kanalı izleyicileridir. İzleyici grubunun demografik bilgilerinde, araştırma konusu gereği önemli olduğu için; YouTube platformunda haftalık ve günlük olarak geçirdikleri süreye, YouTube eğitici içerikleri ile günlük olarak geçirdikleri süreye yer verilmiştir. Araştırmada yaş, cinsiyet, eğitim durumu bağlamında bir inceleme olmadığı için diğer demografik bilgilere başvurulmamıştır. Tablo 3'de izleyicilere ilişkin demografik bilgiler verilmiştir.

Tablo 3

İzleyicilere ilişkin demografik bilgiler

Demografik Özellikler		%	n
YouTube'a haftalık giriş sıklığı	Haftada 1-2 gün	13.6	14
	Haftada 3-4 gün	16.4	17
	Haftada 5-6 gün	9.1	10
	Her gün	60.9	67
YouTube platformunu günlük kullanım süresi	1 saatten az	27.3	30
	1-3 saat	52.7	58
	3-6 saat	14.5	15
	6 saatten fazla	5.5	5
YouTube eğitici video içerikleri için günlük harcanan süre	1 saatten az	49.1	54
	1-3 saat	44.5	49
	3-6 saat	4.5	4
	6 saatten fazla	1.1	1

Tablo 3'de izleyicilere ait demografik bilgiler incelendiğinde, YouTube'a haftalık giriş sıklığı olarak, 67 kişinin (%60.9) haftanın her günü YouTube'a girdiği, 10 kişinin (%9.1) haftanın 5-6 gün YouTube'a girdiği belirtilirken, YouTube platformunu günlük kullanım süresi olarak, 58 kişinin (52.7) YouTube platformunda günlük 1-3 saatini geçirdiği, 5 kişinin (%5.5) YouTube platformunda günlük 6 saatten fazla kullandığını ve YouTube eğitici video içerikleri için günlük harcanan süre olarak, 54 kişinin (%49.1) günde 1 saatten az eğitici video içerik izlediğini, 1 kişinin ise günde 6 saatten fazla eğitici video içerikler izlediği görülmektedir.

3.2.1. Görüşme Yapılacak Katılımcıların Seçilmesi

Araştırmada katılımcılar kanal içerik üreticisi ve kanal izleyicileri olmak üzere iki farklı gruptan oluşmaktadır.

İçerik üreticisi olarak amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi ile seçilen 1 katılımcı ile görüşme yapılmıştır. Basfi İle Deneysel Bilim Kanalı'nın proje yürütücüsü olan katılımcı, içerik üretim ekibinde görev almaktadır. Katılımcı hem

videoların üretim aşamasında yer almakta, hem de yayınlanan videolarda aktif olarak YouTuber ile konuşmaktadır. Bu sebeple izleyici kitlesi tarafından YouTuber'ın çekim ekibinden sohbet ettiği dış ses olarak da bilinmektedir. Katılımcı kanal içeriklerinin üretilmesi, yayınlanması, kanal verilerinin takibi süreçlerindeki bütün aşamalarda aktif olarak yer almaktadır. Bu ölçütler görüşülecek olan içerik üreticinin belirlenmesi için yol gösterici olmuştur.

İzleyici olarak ise Basfi İle Deneysel Bilim Kanalı izleyici kitlesi arasından basit rastsal örnekleme ile seçilen 112 katılımcı ile görüşme yapılmıştır. Katılımcılara içerik üretici aracılığı ile kanalın “Soba Zehirlenmeleri Neden Olur? Deneyini Yaptım” isimli videosunun açıklama ve yorumlar kısmından ulaşılmıştır. Kanalın içerik üreticisi tarafından görüşme soruları linki yorumlar kısmında en üstte yorum olarak sabitlenmiş; böylelikle izleyicilerin gönüllü olarak araştırmaya katılması sağlanmıştır. Burada kanalın rutin yayın zamanında yayınlanan bir içeriğini, kendi isteği ile izlemeye gelmiş, kanalın açıklama ve yorumlar kısmını okuyan kişilere ulaşılmıştır. Görüşme soruları linki herkese açık olarak paylaşılmış, böylelikle kanala abone olmamasına rağmen, bildirim almadan, video dikkatini çektiği için izlemeye gelen kişilere de ulaşılması hedeflenmiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Veri toplama araçlarının oluşturulması süreci alanyazın taraması ile başlamıştır. Böylece araştırma kapsamında hangi veri toplama araçlarının kullanılacağına karar verilerek, araştırmacı tarafından geliştirilecek olan veri toplama araçlarına karar verilmiştir. Araştırmada kullanılan veri toplama araçları içerik analizi veri toplama aracı ve yarı yapılandırılmış görüşme formu olmak üzere iki kategoride açıklanmıştır.

3.3.1. İçerik Analizi Veri Toplama Aracı

Çalışmada, kanal videolarının içerik analizine başlayabilmek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen tematik analiz matrisi kullanılmıştır. Tematik Analiz Matrisi Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4

Tematik analiz matrisi

Temalar	Kodlar	Açıklamalar
Genel Özellikler	YouTube Platformu	Video İçerik Başlığı
	Arayüz Birimleri	Yüklenme Tarihi Süresi İzlenme Sayısı Beğenme Sayısı Yorum URL Videonun Aylık Kazancı Videonun Açıklama Kısmı
İçerik Özellikleri	Tasarım özellikleri (Mayer'in Tasarım İlkeleri)	Çoklu Ortam İlkesi Tutarlılık İlkesi Sinyal İlkesi Gereksizlik İlkesi Uzamsal Yakınlık İlkesi Zamansal Yakınlık İlkesi Bölümleme İlkesi Ön Eğitim İlkesi Sunum Türü İlkesi Kişiselleştirme İlkesi Ses İlkesi Görüntü İlkesi Düzenleme(Somutlaştırma) İlkesi Üretken etkinlik İlkesi
	Program Öğeleri	Giriş Düzenlemesi Kazanımların Sunumu Temel Alanı (Teorik, Uygulamalı) Öğretim Strateji ve Yöntemleri Ölçme ve Değerlendirme Video Süreleri Kapanış Düzenlemeleri

Matrisin genel özellikler bölümü Çomu'nun (2014) çözümlemesinden faydalanılarak oluşturulmuştur. Burada video içeriğin YouTube platformundaki arayüz birimleri (video içerik başlığı, yüklenme tarihi, süresi, izlenme sayısı, beğenme sayısı, yorum sayısı, url, videonun aylık kazancı ve videonun açıklama kısmı) yer almaktadır. Matrisin içerik özellikleri bölümü ise tasarım özellikleri ve program öğeleri olmak üzere iki kategoriden oluşmaktadır. Tasarım özellikleri kategorisinde Mayer'in (2021) çoklu ortam tasarım ilkeleri yer almaktadır. Program öğeleri kategorisi ise Talim Terbiye Kurulu Başkanlığı'nın 2022'de hazırlamış olduğu "Elektronik Eğitim İçerikleri Rehberi" ve YouTube içerikleri incelenerek belirlenen maddelerden oluşmaktadır. Kazanımların Sunumu, Temel Alanı, Öğretim Strateji ve Yöntemleri, Ölçme ve Değerlendirme kategorilerindeki maddelerin oluşturulmasında, e-içerik geliştiricilere rehberlik etmesi amacı ile oluşturulan Elektronik Eğitim İçerikleri Rehberi'nin "Eğitsel Özellikler" bölümünden yararlanılarak oluşturulmuştur. Ayrıca araştırmacı tarafından kanalın videoları izlenerek, ortak özellikler tespit edilmesi sonucunda eklenen maddeler (Giriş Düzenlemesi, Video Süreleri ve Kapanış Düzenlemeleri) yer almaktadır.

3.3.2. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Çalışmada kanalın içerik üreticisinin ve kanal izleyicilerinin görüşlerinin toplanması aşamasında yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2016) nitel araştırmada en çok görüşme yöntemi ile verilerin toplandığını, gözlem ve doküman incelemesinin de başvuru diğer veri toplama yöntemleri olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda görüşme, nitel araştırmada önemli bir yere sahiptir ve nitel yöntemin en güçlü tekniklerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Tekin, 2006:101-102). Görüşme, temelinde konuşma eylemi olması sebebi ile bireyin duygu ve düşünceleri, niyetleri gibi gözlemlenemeyen içsel süreçlere vakıf olma imkânı sağlamaktadır.

Görüşme soruları, araştırma problemi ve amacı doğrultusunda, verilere derinlemesine ulaşılabilecek şekilde hazırlanmıştır. Bu aşamada görüşme soruları oluşturulurken çalışmanın birinci araştırma sorusu için yapılan betimsel analiz verilerinden ve ikinci araştırma sorusu için yapılan içerik analizi verilerinden de yararlanılmıştır. Nitekim nitel araştırmada veriler bir bütün olarak ele alınarak elde edilen veriler bir bütün olarak aralarındaki bağlar ortaya çıkarılacak şekilde ele alınır, bu anlamda yakın ilişki

içinde olan araştırma ile ilişkili durumlar ayırık olarak incelenmez (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Çalışmada izleyici görüşme formu ve içerik üretici görüşme formu olmak üzere iki yarı yapılandırılmış görüşme formu taslağı oluşturulmuştur. Oluşturulan görüşme formu taslakları için Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri ve Türkçe Alanı'ndan olmak üzere iki alan uzmanının görüşü alınmıştır.

BÖTE alan uzmanı görüşleri doğrultusunda, içerik üretici için hazırlanan formun demografik bilgiler kısmında düzenleme yapılmıştır. Bu kapsamda eğitim durumu sorusu için sabit seçenekler oluşturulmuştur. Düzenlenen sorunun yanı sıra demografik bilgiler bölümüne çalışma deneyimi hakkında madde eklenmiş, böylelikle içerik üreticinin YouTube platformu ve eğitici içerik üretimi hakkındaki tecrübe durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. İzleyici formunda ise herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Görüşme formları BÖTE alan uzmanının görüş ve önerileri doğrultusunda düzenlendikten sonra, Türkçe Alan Uzmanı'na sunulmuştur.

Türkçe alan uzmanı görüşme formlarını Türkçe dil bilgisi ve imla kuralları açısından incelemiştir. İçerik üretici formunun beşinci maddesinde değişiklik yapılarak, “kanalın dönüm noktası” ifadesi eklenmiş, böylelikle soru daha anlaşılır hale gelmiştir. Türkçe alan uzmanının izleyici formu için dönütü ise soruların yaş aralığı ve eğitim düzeyi dikkate alınarak geniş bir kitleye hitap edebilecek şekilde sorulması yönünde olmuştur. Bu kapsamda birinci maddedeki “ilk gördüğünüz anda tıklama” ifadesi, parantez içinde “izlemeye başlama” ifadesi ile desteklenerek anlaşılabilirliği sağlanmıştır.

Alan uzmanlarının görüş ve önerileri doğrultusunda düzeltmeler gerçekleştirilerek, yarı yapılandırılmış görüşme formlarının son hali belirlenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formları katılımcılarına uygulanmadan önce pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulamanın amacı, oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formlarında bulunan olası aksaklıkların, anlaşılmayan yerlerin önceden fark edilmesi ve görüşme için ortalama olarak gereken sürenin belirlenebilmesidir. Bu bağlamda araştırmanın kapsamı ve katılımcıları açısından araştırmacıya daha gerçekçi yol gösterebilmesi için pilot uygulama araştırma katılımcılarıyla benzer hedef kitle özelliği taşıyan 3 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir.

İçerik üretici görüşme formu için genel olarak eğitici içerik üretimi hakkında bilgi sahibi olması sebebi ile BÖTE yüksek lisans mezunu katılımcı ile pilot uygulama yapılmış ve 15 dakika sürmüştür. İzleyici görüşme formu için ise YouTube eğitici içeriklerinden yararlanan 2 lisans öğrencisi ile pilot uygulama yapılmış; süreler 11 ve 13 dakika sürmüştür. Bu kapsamda pilot uygulamada katılımcılarının YouTube eğitici içeriklerinden yararlanan bireyler olmasına dikkat edilmiştir.

İçerik Üretici Görüşme Formu

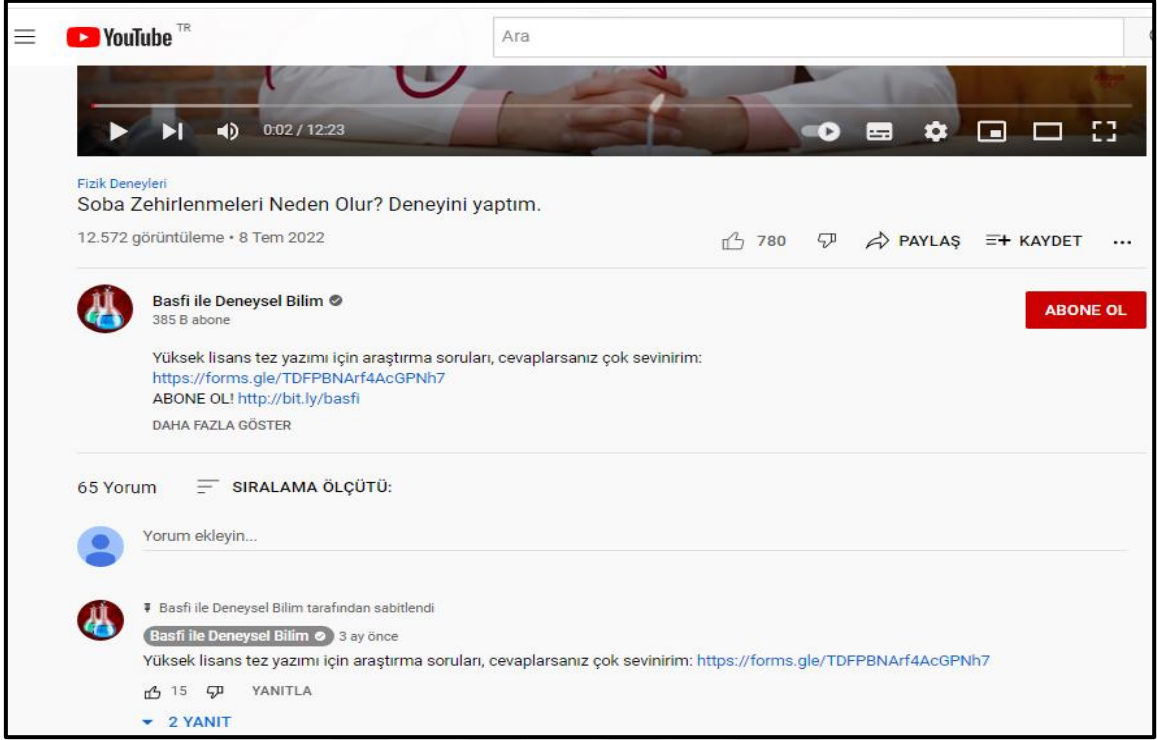
Kanal içerik üreticisi için hazırlanmış olan yarı yapılandırılmış görüşme formu, 9 açık uçlu sorudan oluşmakta, form EK-3’de sunulmaktadır.

Görüşme formu içerik üreticisine e-posta üzerinden 07.07.2022 tarihinde gönderilmiş, yanıtlar 08.07.2022 tarihinde ses kaydı olarak yine e-posta üzerinden geri alınmıştır. Yanıtların alındığı ses kaydının süresi 23 dakikadır.

İzleyici Görüşme Formu

Kanal izleyicileri için hazırlanmış olan yarı yapılandırılmış görüşme formu, 3 sabit seçenekli ve 7 açık uçlu sorudan oluşmakta, form EK-2’de sunulmaktadır. Kanal izleyicilerine yüz yüze ortamda ulaşılamayacağı için, görüşme formu Google Formlar aracılığı ile link üzerinden iletilmiş, yanıtlar Google formlar aracılığı ile alınmıştır. İzleyici görüşmeleri süreci 08-22.07.2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

İzleyicilere kanalın içerik üreticisi aracılığı ile ulaşılmıştır. Görüşme formu linki 08.07.2022 tarihinde kanalda yayınlanan “Soba Zehirlenmeleri Neden Olur? Deneyini Yaptım” isimli videonun açıklama ve yorumlar kısmında paylaşılmıştır. Kanalın içerik üreticisi tarafından “Yüksek lisans tez yazımı için araştırma soruları, cevaplarsanız çok sevinirim” ifadesi ile paylaşılan link, izleyiciler tarafından görülebilmesi için yorumlar kısmında en üstte yorum olarak sabitlenmiştir. Görüşme formunun izleyicilere ulaştırılması ile ilgili görsel Şekil 4’te verilmiştir.



Şekil 4. Görüşme formunun izleyicilere ulaştırılması ile ilgili görsel

Veri toplama araçlarının başında, katılımcılara araştırmanın amaçları hakkında ve elde edilen verilerin kullanımı hakkında bilgi verilmiştir. Araştırmacı, görüşme esnasındaki bilgilerin kesinlikle bilimsel çalışmalar dışında kullanılmayacağına dair taahhütte bulunmuş ve bunu yazılı olarak katılımcılara sunmuştur.

3.4. Verilerin Toplanması

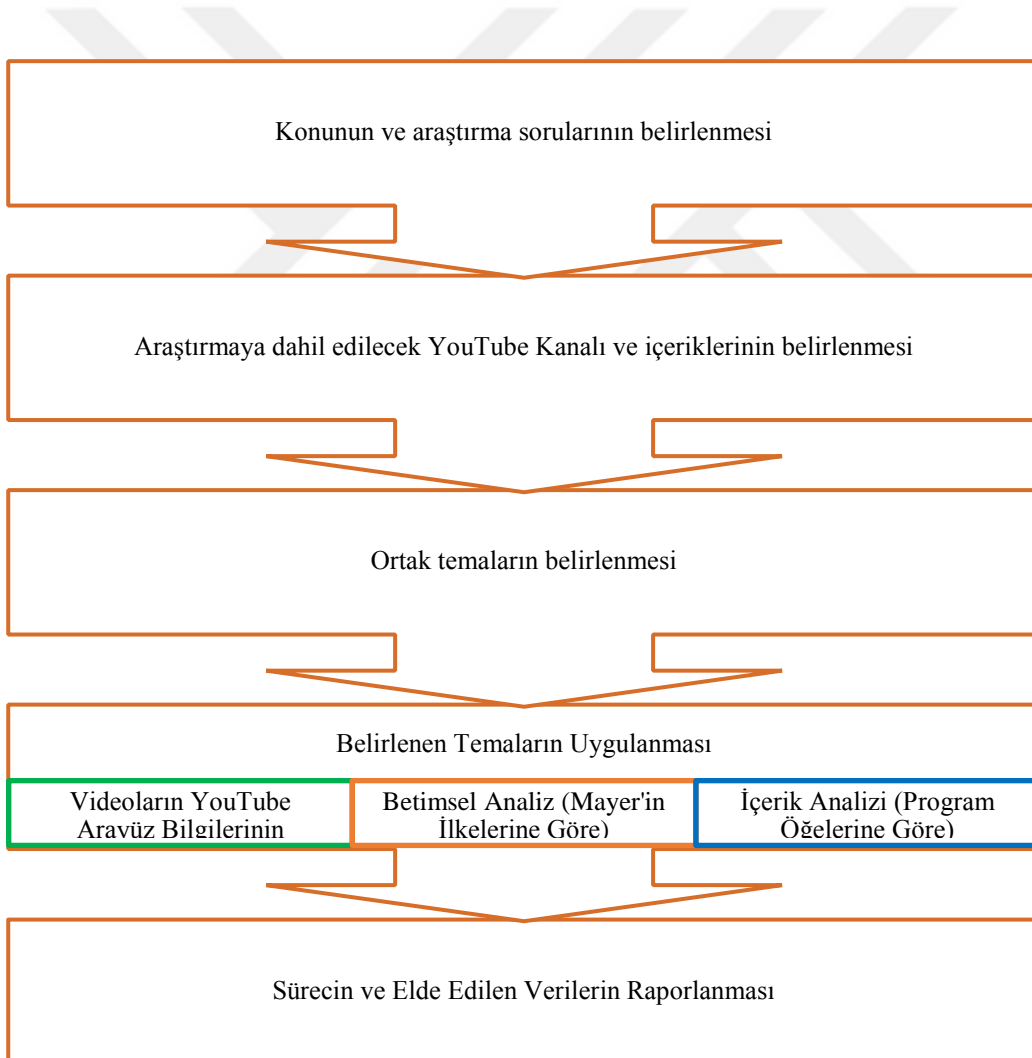
Veri toplama araçları hazırlandıktan sonra araştırma verilerinin toplanması için “Etik Kurul’dan” (EK-4) ve “Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube Kanalı’ndan (EK-3) gerekli izinler alınmıştır. Araştırma verilerinin toplanması süreci 2022 yılı Şubat-Ağustos ayları arasında gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın ilk aşamasında tematik analiz matrisi kullanılarak, kanal ve içerikleri hakkında SocialBlade.com ve YouTube platformlarından veri toplanmış; elde edilen verilere göre analiz edilecek olan videolara karar verilmiş ve belirlenen 10 video analiz edilmiştir.

Çalışmanın ikinci aşamasında görüşme verileri toplanmış, kanalın içerik üreticisi olarak 1 katılımcı; kanal izleyicisi olarak ise 112 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara yüz yüze ortamda erişme imkanı olmaması sebebi ile veri toplama süreci çevrimiçi platform üzerinden gerçekleştirilmiştir. Görüşme verilerinin toplanması ile veri toplama süreci tamamlanmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Veri analizi, nitel araştırmanın en önemli adımıdır (Flick, 2013). Nitel yöntemle yapılan bu çalışmanın tematik içerik analizi basamakları Şekil 5’te verilmiştir.



Şekil 5. Tematik içerik analizi basamakları

Araştırmanın veri analizinde betimsel analiz ve içerik analizi birlikte kullanılmıştır. Nitekim nitel araştırmalar araştırmacıya esneklik sağlamakta, araştırmanın her aşamasında duruma göre yeni yöntem ve yaklaşımlar geliştirme, kurguda değişiklikler yapma nitel araştırmanın özünü oluşturmaktadır (Karataş, 2015: 66). Bu bağlamda her araştırma sorusu için desen ve veri analizi tekniği belirlenmiştir.

Araştırma soruları kapsamında, her soru için kullanılan veri toplama araçları ve analiz teknikleri Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5

Araştırma sorularının veri toplama araçları ve analiz teknikleri ile eşleştirilmesi

Araştırma Sorusu	Çalışma Grubu	Veri Toplama Aracı	Veri Analizi
1-“Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube kanalındaki eğitsel videoların tasarım özellikleri nasıldır?	Video	Tematik Analiz Matrisi	Betimsel Analiz
2-“Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube kanalındaki eğitsel videoların program öğeleri nasıldır?	Video	Tematik Analiz Matrisi	İçerik Analizi
3-“Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube kanalının içerik üreticisine göre, kanalın eğitsel videolarının tasarım öğeleri açısından izleme gerekçeleri nelerdir? a. İçerik üreticisine göre YouTube’daki eğitselvideoların izlenmesinde etkili olan tasarım öğeleri nelerdir? b. İçerik üreticisine göre YouTube’daki eğitselvideoların izlenmesinde etkili olan etmenler nelerdir?	İçerik Üretici	Yarı yapılandırılmış görüşme formu	İçerik Analizi

Tablo 5 (devamı)

Araştırma sorularının veri toplama araçları ve analiz teknikleri ile eşleştirilmesi (devamı)

4-“Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube kanalındaki eğitsel videoların tasarım öğeleri açısından izlenme gerekçesi izleyicilerin bakış açısıyla nedir?	İzleyici	Yarı yapılandırılmış görüşme formu	İçerik Analizi
a.Kanal izleyicilerine göre YouTube’deki eğitsel bir videonun izlenmesinde etkili olan tasarım özellikleri nelerdir?			
b. Kanal izleyicilerine göre YouTube’deki eğitselvideoların izlenmesinde etkili olan etmenler nelerdir?			

Tablo 5 incelendiğinde, çalışmanın birinci araştırma sorusunda videoların tasarım özelliklerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Tematik analiz matrisi ile verilerin toplandığı bu aşamada, video içeriklerin Mayer’in çoklu ortam tasarım ilkelerine göre betimsel veri analizi yapılmıştır. Betimsel analizde önceden belirlenen temalara göre toplanan veriler özetlenmekte ve yorumlanmaktadır. Bu süreçte araştırmacı, betimsel analiz için bir çerçeve oluşturarak verilerin hangi temalar altında düzenleneceğini belirlemekte; verileri tematik çerçeveye göre işlemekte; verileri tanımlayarak, gerekli ise doğrudan alıntılarla desteklemekte ve bulguları yorumlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 240). Yapılan araştırma sürecinde de araştırmacı tarafından bu adımlar takip edilmiştir.

Çalışmanın ikinci araştırma sorusunda videoların program öğelerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Tematik analiz matrisi ile verilerin toplandığı bu aşamada, araştırmacının “Elektronik Eğitim İçerikleri Rehberi”ni ve kanal içeriklerini inceleyerek belirlediği öğelere göre videoların içerik analizi yapılmıştır. Videoların doğrudan alan yazında bulunan bütünsel öğeler yerine, araştırmacı tarafından seçilerek belirlenen öğelere göre incelenmesi sebebi ile bu aşamada betimsel analiz yerine içerik analizi tercih edilmiştir. İçerik analizi ile toplanan verileri açıklayabilecek kavramların, verilerin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu süreçte araştırmacının öncelikle topladığı verileri kavramsallaştırması, bunları mantıklı şekilde tasnif etmesi ve veriyi açıklayan temaları saptaması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 242).

Üçüncü araştırma sorusunda ise, kanal üreticisi ve izleyicilerinin tasarım öğeleri açısından videoları izleme sebepleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu aşamada iki ayrı yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanan verilerin içerik analizi yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeden elde edilen veriler Excel programında tablolaştırılmış, oluşturulan kod listesiyle birlikte bilgisayar ortamında işlenmiştir. Tabloda gösteriminde oluşturulan kodlara göre sınıflandırılan katılımcı cevaplarının sayısı (n) ve kodlara uyan cevap sayısının toplam katılımcı sayısına yüzde oranı (%) yer almaktadır. Her soru için ayrı tablo oluşturulmuş, oluşturulan bu tablolar üzerinden yorumlamalar yapılmıştır.

Excel dosyasına işlenen katılımcı ifadeleri üzerinde herhangi bir değişiklik ya da kısaltma yapılmamış, ifadeler birebir araştırma sürecine dahil edilerek raporlanmıştır. Excel tablosu ile hazırlanan kod listesine göre değerlendirme yapılması, verileri detaylı olarak karşılaştırma imkânı sağlamıştır. Verilerin kodlama sürecinden önce, kanalın genel yapısının incelenmesi ve video içeriklerin tematik analizinin yapılması, içerik üretici ve izleyici görüşmelerinden elde edilen verileri anlamlandırma sürecini verimli kılmıştır.

Araştırmada veri analizinin güvenilirliği Miles ve Huberman'ın (1994)

$$\frac{(\text{Görüş Birliği})}{(\text{Görüş Ayrılığı} + \text{Görüş Birliği})} \times 100 \quad (3.1)$$

formülü ile hesaplanmıştır. Bu bağlamda araştırmacı ve bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi alanından bir uzman olmak üzere iki kişi, birbirlerinden bağımsız olarak temalar oluşturmuşlardır. Veri analizinin güvenilirliği %92 hesaplanmıştır. Hesaplanan güvenilirlik değerinin yüksek olduğu söylenebilir. Araştırmacı ve uzman görüş ayrılığında oldukları temalar üzerinde tartışarak görüş birliğine varmışlardır.

Katılımcı görüşlerinde, katılımcıların kişisel verilerine yer verilmemiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler katılımcılara ait doğrudan alıntılarla desteklenerek raporlaştırılmıştır. Tablo 6'da doğrudan alıntılarda kullanılan ölçme aracı ve katılımcı bilgisine ilişkin gösterim verilmiştir.

Tablo 6

Doğrudan alıntılar için örnek kodlama gösterimi

Ölçme Aracı Adı ve Katılımcı Kodu	Açıklama
(İzleyici görüşme formu, <i>İzleyici 5</i>)	İzleyici görüşmesine katılan 5 nolu izleyici
(İçerik Üretici görüşme formu, <i>İçerik Üretici</i>)	İçerik üretici görüşmesine katılan içerik üretici

Görüşme verilerinin toplanma süreci yakın aralıklı tarihlerde yapılarak, 14 günde tamamlanmış; dağınık bir süreç oluşturulmamıştır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde birinci aşamada “Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube Kanalına ait videoların içerik analizinden elde edilen bulgular, ikinci aşamada ise kanal içerik üreticisi ve izleyicilerinden toplanan görüşme verilerinden elde edilen bulgular sunulmuştur.

4.1. “Basfi ile Deneysel Bilim” YouTube Kanalı Videolarının Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Videoların içerik analizi iki ana bölüm olarak yapılmıştır. İlk olarak video içerikler hakkında genel bilgi verilmiştir. Sonrasında videolar içerik analizinin birinci bölümünde Mayer’in tasarım ilkelerine uygunluğu açısından, ikinci bölümünde ise program öğelerinin kullanım durumu açısından analiz edilmiştir.

4.1.1. “Sudan Korkan Malzeme” [V1] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

İçerik analizi yapılacak olan videoya ait genel bilgiler Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7

Sudan Korkan Malzeme başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri

Video İçerik Başlığı:	Sudan Korkan Malzeme
Yüklenme Tarihi:	13 Kasım 2020 Cuma
Süresi:	12 dakika 50 saniye
İzlenme:	718.818 görüntülenme
Beğenme:	26 bin
Yorum:	1.335
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=f11p2ahr1bI
Videonun Aylık Kazancı:	239,67-1963,43 \$

Video İçeriğin Tasarım zelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video içerik Mayer'in tasarım ilkeleri açısından analiz edildiğinde, bölümlleme ve üretken etkinlik ilkesi dışında diğer bütün ilkelerden yararlanıldığı, tutarlılık ilkesinden ise kısmen yararlanıldığı görülmektedir. Çoklu ortam tasarımı ilkelerine göre incelenen videonun uygunluk durumu Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8

Sudan Korkan Malzeme başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu

İlke Adı	Uygunluk Durumu
Çoklu ortam	✓
Tutarlılık	✓ X
Zamansal	✓
Uzamsal	✓
Gereksizlik	✓
Sinyal	✓
n Alıştırma	✓
Sunum Türü	✓
Blmlleme	X
Kişiselleştirme	✓
Görüntü	✓
Ses	✓
Düzenleme	✓
retken Etkinlik	X

Video içerikte deneyin yapım aşaması kısa bir animasyon gösterisi ile özetlenirken, deodorant Şişesi hem görüntü hem de yazı ile gösterilmektedir. Animasyonun devamında su ve hidrokarbon maddelerinin bağ yapısı açıklanmakta, bağ yapılarının türleri hem yazı hem de görsel ile birlikte gösterilmektedir. Dolayısı ile sadece yazı yerine hem görsel hem yazı kullanılması, "oklu ortam" ilkesinden; yazı ve görsellerin yakın konumda sunulması "uzamsal yakınlık" ilkesinden, yazı ve görsellerin eş zamanlı sunulması ise "zamansal

yakınlık” ilkesinden yararlanıldığını göstermektedir. Animasyonun devamında bağ yapısının özellikleri ise yine animasyon ile açıklanmakta, görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada yer alırken, anlatılanlar yazı halinde sunulmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden yararlanıldığı söylenebilir.

Basfi karakteri ilk aşamada yapısını inceleyeceği su itici malzemenin ıslanmadığını göstermek için, şeffaf bardak içerisindeki su itici malzemenin üzerine beher içerisindeki suyu eklemekte, kaşık yardımı ile maddelerin birbirine karışmasını sağlamaktadır. Burada masa üzerinde sadece su, beher, metal kaşık, su itici özellikli malzeme, bardak ve içerisinde işlemin yapılacağı yayvan bir plastik kap bulunmaktadır. Deneyin yapım aşamasında ise Basfi karakteri masa üzerine öncelikle bir cam parçası koymakta, sonrasında cetvel yardımı ile cam parçasının üzerine “T” şeklinde bant yapıştırılmaktadır. Bantın yapıştırılması ile oluşan “T” harfinden sonra, Basfi “Tarkan T’si” diyerek şaka yapmakta ve ekranda film oyuncusu Tarkan’ a ait görsel görünmektedir. Cam parçasının üzerine önce vernik ve deodorant sıkılan Basfi karakteri bir-iki saat beklediklerini belirtmektedir. Sonrasında karakter bantı sökerek, cam parçasının üzerine kırmızı renkli su dökmektedir.

Deney yapım süresince karakterin kullandığı malzemeler kullanılacağı aşamada ekranda görünmekte, henüz kullanım sırası gelmemiş ya da kullanılmayacak olan bir malzeme ekranda görünmemektedir. Dolayısı ile video süresince olay akışına göre ortamda sadece gerekli olan malzemeler bulunmaktadır. Yine malzemelerin sunulduğu ve deneyin canlandırıldığı animasyon bölümlerinde de sadece bahsedilen kavramlara ait yazı ve görseller bulunmaktadır. Diğer taraftan video boyunca ara ara fon müziği kullanılmaktadır. Müzikler olayların akışı ile uyumluluk göstermektedir. Bu bağlamda içeriğin “tutarlılık” ilkesine uygun olduğu görülmektedir. Fakat videoda Tarkan’a ait görselin görünmesi; videodaki arka plan incelendiğinde sağ üst tarafta net olmayan bir kitap çizimi, hemen altındaki yan yana yazılmış harfler ve arka planın üst orta tarafındaki “basfi abone” yazısı ve yanındaki net olmayan kimyager resimlerinin bulunması tutarlılık ilkesine uymamaktadır.

Basfi karakteri şeffaf bardak içerisindeki kumu göstererek, kumun normal bir kum olup olmadığını vurgulu bir tonlama ile sormaktadır. Ardından bu kumu su ile ıslattığında

ne olabileceğini sohbet havasında dış sese sormaktadır. Burada yapısı incelenecek olan kum görünümlü malzemeye dikkat çekilmektedir. Dolayısı ile içerikte “sinyal” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir. Burada videonun, yapısı incelenecek olan malzemenin ve özelliklerinin tanıtıldığı kısım sona ermektedir. Sonrasında Basfi karakteri “malzemeler” diyerek, malzemelerin sunuluşuna geçileceğini ima etmekte ve deney malzemelerinin sayıldığı bir animasyon bölümü başlamaktadır. Video deney yapım aşaması ile devam etmekte, deneyin yapılışı yine kısa bir animasyon ile özetlenmekte, burada kavramsal bilgi de sunulmaktadır. Dolayısı ile Video içerikte ilk aşamada incelenecek olan su itici malzeme hakkında sohbet edilerek ıslanmama özelliğinden bahsedilmekte, ikinci aşamada ıslanmama durumu deneyle ile gösterilmekte, üçüncü aşamada ise bu durumun malzemenin kimyasal bağ yapısından kaynaklandığı açıklanarak bağ türleri hakkında bilgi verilmektedir. Dolayısı ile videoya anahtar kavram olan su itici malzeme vurgulanarak ve özelliğinden bahsederek giriş yapılmakta, sonrasında bilgi sunumuna yer verilmektedir. Bu bağlamda “ön alıştırma” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Deney sonrasında ise su itici malzemenin kullanım alanları, günlük hayattan gerçek fotoğraf ve video parçalarıyla anlatılmaktadır. Video sonuna doğru kimya alanında alınan Nobel ödülünden bahsedilmekte, yine bu bölümde ödül alan kimya olayının animasyon ile açıklanması şeklinde devam etmektedir. Videonun en sonunda ise Basfi karakteri “soru” diyerek konu ile ilgili soru bölümüne geçileceğini ima etmektedir. Soru bölümü ise yine animasyonla sunulmakta ve kapanış görüntüsü ile de video sona ermektedir. Burada soru yöneltilen animasyon bölümünde, konu ile ilgili iki seçenekli bir test sorusu sorulmakta ve izleyicilerden cevabı yorumlar kısmına yazmaları istenmesine rağmen aktif bir eğitsel etkinliğe yöneltilmediğinden “üretken etkinlik” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video süresince olay akışına göre ara ara farklı müzikler kullanılmakta, kesintisiz ve tek bir fon müziği tercih edilmemektedir. Dolayısı ile genel anlamda video baştan sona kesintisiz bir anlatım ve görüntü formatından oluşmamaktadır. Video akışında bölümler karakterin kullandığı “malzemeler, soru” gibi yönlendirme ifadeleri; animasyon, görsel kullanımı; ara ara farklı fon müzikleri kullanımı ile yeni bir bölüme geçildiğini hissettirmektedir. YouTube platformunun yapısı gereği de kullanıcı istediği anda videoyu duraklatıp, başlatabilir. Fakat video akışı başlık ya da görüntü kullanılarak göze görünür

şekilde, kesin hatlarla bölümlere ayrılmamıştır. Bu bağlamda “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video içerik boyunca anlatım ana karakter olan Basfi tarafından sözlü olarak yapılmakta ve videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemektedir. Dolayısı ile “sunum türü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi video boyunca anlatımı yapan ve deneyleri gerçekleştiren bilim adamı karakterine bürünmüş bir öğretici rolündedir. Deneyi yapan aktif kişi olarak dinamik hareketlerde bulunmakta, konu anlatımı esnasında ise izleyicilerle göz teması kurmakta, birinci şahıs bakış açısıyla videoya alınmaktadır. Bu bağlamda “düzenleme” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Anlatım sırasında Basfi karakteri akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmakta, izleyicilere “arkadaşlar” ifadesi ile seslenirken, dış ses ile sohbet esnasında ise “ben” ve “sen” tekil şahıslarını kullanarak konuşmaktadır. Bu bağlamda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır.

Video süresince anlatım Basfi tarafından kendi sesi ile yapılmakta, karakter samimi, bir tavır içinde bulunmaktadır. Ara ara konu ile ilgili dış ses ile sohbet ederek şakalar yapmakta, şaşırma, merak etme, eğlenme gibi duygu durumlarını barındıran jest ve mimiklere yer vermektedir. Şakalar esnasında Basfi'nin doğal gülme davranışlarına rastlanırken, yapay bir gülme efekti bulunmamaktadır. Dış ses olarak bahsedilen yan karakter ise videoda hiç görünmeyen, sadece sohbet esnasında ses ile destek veren kişidir. Dolayısı ile videoda samimi insan sesi kullanılmaktadır. Bu bağlamda “ses” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi karakteri, aktif sunumu yapan kişi olarak videoda yer almaktadır. Animasyon ya da görsel bölümlerde ise Basfi'nin sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda “görüntü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video İçeriğin Program gelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Basfı karakteri canlı bir ses tonu ile izleyicilere seslenerek başlamakta, değişik bir deney yapacağından bahsederek izleyiciyi güdülemektedir. Başlangıcın hemen sonrasında videonun sağ alt köşesinde abone ol butonunun gösterildiği küçük animasyon görünmektedir. Hemen ardından elindeki bardağı havaya kaldırarak bardak içerisindeki “kumu” göstermekte, bu kumun normal bir kum olup olmadığını sorarak bu malzemeye dikkat çekmektedir. Sonrasında kumun bulunduğu bardağa su eklendiğinde ne olacağını sorarak merak uyandırmakta, bu konuda dış ses ile sohbet etmekte, konu ile ilgili şakalar yapmaktadır. Daha sonra beherdeki suyu bardağa boşaltarak kumun ıslanmadığını göstermekte, bunu nasıl olduğu hakkında kendisi de şaşırarak deney malzemelerini saymaktadır. Deney malzemelerinin sayıldığı animasyon gösterisinden sonra Basfı deney yapım aşamasına gemektedir. Ardından kısa bir animasyon ile deneyin önemli noktaları vurgulandıktan sonra, konu ile ilgili kavramsal bilgi verilerek ve su tutmayan bir yüzey elde etmenin öğrenildiğinden bahsedilmektedir. Devamında bu malzemenin kullanım alanları, gerçek hayattan fotoğraf ve video görüntüleri ile gösterilmektedir.

Konu bitiminde 2021 Nobel Kimya dln alan çalışmadan ve bu çalışmanın günlük hayatımıza katkılarından bahsedilmektedir. Dolayısı ile videoda fen bilimleri alanından kimya ile ilgili bir konu incelenmektedir. Videoda incelenen maddenin özellikleri, hangi kimyasal durum sebebi ile bu özelliklere sahip olduğu ve kimya ile ilgili bu kavramsal bilginin günlük yaşamımızda nerelerde kullanılabileceği anlatım yöntemi ile sunulmaktadır. Sunum esnasında animasyon ve görsellere de yer verilmektedir. Diğer taraftan maddenin kimyasal yapısının incelenmesi ise deney yapılarak uygulamalı olarak gösterilmektedir. Dolayısı ile video içerikte hem teorik hem de uygulamalı anlatıma yer verilmektedir. Bu bağlamda videoda sunuş yoluyla ğretim stratejisinden yararlanılmakta, ğretim tekniği olarak ise anlatım ve gösteri yöntemi kullanılmaktadır (soru-cevap var mı?). Anlatım yöntemi kullanılırken, konu hakkında dikkat çekme ve merak uyandırma, günlük yaşamdan örnek verme ve somutlaştırma ögelerinden yararlanılmaktadır. Ayrıca Nobel Kimya ödülünden bahsedilerek izleyici, bilimsel konular için gdlenmektedir. Videoda önce konuya dikkat çekilmekte, ardından deney yapılmakta, deneyle ilgili kavramsal bilginin de sunulmasından sonra kazanım sözlü olarak ifade edilmektedir.

Video Basfi'nin canlı bir ses tonu ile "Evet arkadaşlar! Yine enterasan bir deney ile karşınızdayım," cümlesi ile başlamaktadır. Dolayısı ile videoya özel bir giriş ekranı bulunmamaktadır. Video sonunda anlatılan kavram ile ilgili test sorusu animasyon olarak sunulmaktadır. Basfi izleyicilerden sorunun cevabını yorumlara yazmalarını, kanala abone olmalarını ve videoyu beğenmelerini istemekte, sonrasında "Bilimle kalın, hoşçakalın!" cümlesini söylemekte ve animasyondan oluşan kapanış ekranına geçilmektedir. Bu bağlamda içerikte ölçme değerlendirme yöntemi olarak soru-cevap tekniği kullanılmakta, sorunun cevabı ise videonun açıklamalar kısmında yer almaktadır.

Kapanış ekranı ise kırmızı renkli perdeden oluşan bir sahne olup, üzerinde "Eğlenerek öğrenmeye hazır mısınız?" cümlesi yazmakta ve sonrasında kanalın videolarına ait bitiş kartları ve kanalın logosu ekrana gelmektedir. Bu cümlenin üzerinde sahne ışıkları süzüldükten sonra ise kırmızı perde kalkmakta ve sahnede kanalın ismi olan "Basfi İle Deneysel Bilim" yazısı sahneye gelmekte ve video sonlanmaktadır. Dolayısı ile video için bir bitiş ekranı hazırlandığı ve diğer videolara yönlendirmek için ise bitiş kartlarından yararlanıldığı görülmektedir. Video süresi ise 12 dakika 50 saniyedir.

4.1.2. "Sadece 2 Maddeyle Dev Plastik Yaptım!" [V2] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

İçerik analizi yapılacak videonun genel bilgileri Tablo 9'de verilmiştir.

Tablo 9

Sadece 2 Maddeyle Dev Plastik Yaptım! başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri

Video İçerik Başlığı:	Sadece 2 Maddeyle Dev Plastik Yaptım!
Yüklenme Tarihi:	17 Mayıs 2019 Cuma
Süresi:	13 dakika 05 saniye
İzlenme:	961.570 görüntülenme
Beğenme:	22 bin
Yorum:	1.457
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=w4R9OnsjjNw
Videonun Aylık Kazancı:	325,66-2572,77 \$

Video İçeriğin Tasarım zelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video Mayer'in tasarım ilkeleri açısından analiz edildiğinde, ilkelerden yararlanıldığı, tutarlık ilkesinden ise kısmen yararlandığı, bölümlene ve üretken etkinlik ilkelerinden yararlanılmadığı görülmektedir. "Sadece 2 Maddeyle Dev Plastik Yaptım!" isimli videonun Mayer'in çoklu ortam tasarım ilkelerine göre uygunluk durumu Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10

Sadece 2 Maddeyle Dev Plastik Yaptım! başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu

İlke Adı	Uygunluk Durumu
Çoklu ortam	✓
Tutarlılık	✓ X
Zamansal	✓
Uzamsal	✓
Gereksizlik	✓
Sinyal	✓
n Alıştırma	✓
Sunum Türü	✓
Bölümlene	X
Kişiselleştirme	✓
Görüntü	✓
Ses	✓
Düzenleme	✓
retken Etkinlik	X

Video içerikte poliüretan oluşan kimyasal bir reaksiyon deneyi yapılmaktadır. Poliüretan maddesinin oluŐumu deney ile gerçekleştirildikten sonra animasyon ile özetlenmektedir. Ayrıca maddenin günlük yaşamda kullanım alanları olarak yalıtım malzemeleri, araba, spor ayakkabı yapımı örnek verilirken resimler kullanılmaktadır.

Dolayısı ile konu anlatımında gerçek uygulamanın yanı sıra animasyon ve resimlerde kullanılmış, çoklu ortam ilkesinden yararlanılmıştır.

Basfi karakteri deneyin yapılışına başlamadan önce izleyicilere evde denememeleri uyarısında bulunmaktadır. Bu uyarıya eş zamanlı olarak uyarı yazısı görünmektedir. Deney yapım aşamasına geçildiğinde Basfi karakteri deneyi yaparken aynı anda sözel olarak ne yaptığını anlatmaktadır. Deneyde oluşturulan poliüretan maddesinin kimyasal yapısı animasyon gösterisi ile açıklanırken ise polyol ve izosiyanat maddelerinin bağ yapısı gösterilmektedir. Maddelerin bağ yapılarının görselleri hem yazı hem de görsel ile birlikte gösterilmektedir. Ayrıca plastik bardaktaki çözeltilerin yükselişi Basfi tarafından anlatılırken beyaz bir çizgi ile aynı anda anlatım desteklenmektedir. Burada görseller ve onlara ait yazılar birbirine yakın konumda ve aynı anda ekranda görünmektedir. Dolayısı ile “uzamsal yakınlık” ilkesinden, yazı ve görseller ile anlatım ve görsellerin eş zamanlı sunulması ise “zamansal yakınlık” ilkesinden yararlanıldığı göstermektedir. Bununla birlikte animasyonda görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada yer alırken, anlatılanlar yazı halinde sunulmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden yararlanıldığı söylenebilir. Animasyonun devamında bağ yapısının özellikleri açıklanırken, görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada kullanılmakta, anlatımı tekrar eden yazı bulunmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video başlangıcından itibaren kimyasal deney malzemelerinden balon joje ve pipet araçları deneyde kullanılmamasına rağmen masa üzerinde bulunmaktadır. Diğer taraftan arka planın sağ üst kısmında kimyasal bağları anlatan bir figür, deney şişesi ve ateşlenmiş bir füze çizimi bulunmaktadır. Bu çizimin sol kısmında kırmızı ve mavi renkli olmak üzere Anadolu kimyagerleri adında iki kitap, alt kısmında ise net olarak okunmamakla birlikte sayı ve harflerden oluşan bir yazı bulunmaktadır.

Videonun arka planında kimya ve bilim ile ilgili olan fakat yapılan poliüretan deneyi ile ilgili olmayan dekoratif resimler bulunmaktadır. Diğer taraftan poliüretan maddesinin günlük yaşamda kullanımına örnek verilirken kanalın kurulmasına vesile olan özel kimya şirketinin logosu ekranda görünmektedir. Dolayısı ile burada kullanılmayacak olan malzemelerin masa üzerinde durması, kimya şirketinin logosunun görünmesi ve arka

planda konuyla doğrudan bağlantısı olmayan dekoratif resimlerin bulunması “tutarlılık” ilkesine uyulmadığını göstermektedir. Diğer taraftan video boyunca fon müziği çalınmakta, konu anlatımı, malzemelerin listelenmesi, deneyin yapılışı gibi durumlara uygun olacak biçimde müzik sesi yükseltip alçaltılmakta; ritmik olarak hızı ayarlanmaktadır. Ayrıca Basfi karakterinin kıyafetindeki renklerle, deneyde kullanılan gıda boyalarının renkleri aynıdır. Günlük yaşamda kullanıma örnek verilirken ise bahsedilen kelimelerle ilgili fotoğraflar sunulmakta, farklı görsellere yer verilmemektedir. Bu bağlamda fon müziği kullanımı, videoda tercih edilen renklerin uyumu ve ilgili görsellerin gösterilmesi açısından ise “tutarlılık” ilkesine uyulduğu görülmektedir. Dolayısı ile tutarlılık ilkesinden kısmi olarak yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi karakteri video başlangıcında plastik bardak içerisindeki renkli plastikleri (poliüretanları) eliyle dokunarak göstermekte ve onları Cupcake’e benzetmektedir. Sonrasında “cupcake” kelimesiyle ilgili tekerleme şeklinde bir şaka yapmakta ve elindeki maddenin plastik olduğunu söylemektedir. “Peki bunları nasıl yaptım?” diyerek deney malzemelerinin sayımına geçilmektedir. Dolayısı ile burada Basfi karakterinin oluşturulacak olan maddeyi eliyle göstererek dikkat çekmesi “sinyal ilkesinden”; bu maddeyi nasıl yaptığını sorarak anahtar kavram olan plastiği vurgulaması ise “ön alıştırma” ilkesinden yararlanıldığını göstermektedir.

Videoda deney ile oluşturulan ve animasyon ile de kimyasal yapısı açıklanan plastik (poliüretan) maddesinin günlük yaşamda kullanımına örnek verildikten sonra, konu ile ilgili iki seçenekli bir test sorusu animasyon ile sorulmaktadır. Basfi karakteri “Sorunun cevabını yorum olarak bekliyorum” diyerek izleyicilerin soruyu yorumlar kısmında cevaplamasını istemekte, fakat aktif bir eğitsel etkinliğe yönelmemektedir. Bu bağlamda “üretken etkinlik” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video plastik maddenin gösterimi ile başlamakta, sonra malzeme listesinin sayıldığı animasyon ile devam etmektedir. Sonrasında Basfi karakteri tarafından deney yapılmakta ve deneyde oluşan maddenin kimyasal bağ yapısı yine animasyon ile özetlenmektedir. Dolayısı ile video baştan sona kesintisiz bir anlatım ve görüntü formatından oluşmaktadır. Bu bağlamda “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video içerik boyunca anlatım ana karakter olan Basfi tarafından sözlü olarak yapılmakta, videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemektedir. Dolayısı ile “sunum türü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir. Basfi karakteri video boyunca yine anlatımı yapan ve deneyleri gerçekleştiren bilim adamı karakterine bürünmüş bir öğretici rolündedir. Deney yapım aşamasında plastik bardaklara gıda boyası ve izosiyanat çözeltilisi ekleyerek karıştırmakta, aynı anda deneyi anlatırken jest ve mimiklerini de sıkça kullanmaktadır. İzleyicilerle göz teması kuran karakter üçüncü şahıs bakış açısıyla videoya alınmaktadır. Bu bağlamda ”düzenleme” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Anlatım sırasında Basfi karakteri akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmakta, izleyicilere “arkadaşlar” ifadesi ile seslenirken, dış ses ile sohbet esnasında ise “ben” ve “sen” tekil şahıslarını kullanarak konuşmaktadır. Bu bağlamda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır.

Video boyunca anlatım Basfi tarafından kendi sesi ile yapılmakta, karakter samimi, bir tavır içinde bulunmaktadır. Deney yapım aşamasında plastik bardaktaki gıda boyası ve çözeltiliyi karıştırdıktan sonra, karışımın nasıl yükseldiğini bir maç sunumu gibi eğlenceli ve merak uyandıran bir tavırda anlatmaktadır. Plastiğin günlük kullanımına spor ayakkabı örneğini verirken Basfi’nin ayakkabıları ile ilgili dış ses şaka yapmakta ve birlikte gülmektedirler. Şakalar esnasında Basfi’nin doğal gülme davranışlarına rastlanırken, yapay bir gülme efekti bulunmamaktadır. Dolayısı ile videoda gerçek insan sesi kullanılmaktadır. Bu bağlamda “ses” ilkesinin dikkate alındığı görülmektedir.

Basfi karakteri, yine aktif sunumu yapan kişi olarak videoda yer almaktadır. Animasyon ya da görsel bölümlerde ise Basfi’nin sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda ”görüntü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video Basfi’nin “Şekersiz glutensiz cupcake” cümlesi ile başlamaktadır. Basfi önündeki kek benzeri renkli plastikleri gösterirken, önündeki plastiklerle ilgili espri yaparak ve eliyle plastikleri vurarak dikkat çekmektedir. Sonrasında “Peki bunları nasıl

yaptım?” diyerek malzemeleri saymaya geçmektedir. Burada elindeki kek benzeri plastiklere dikkat çekerek deneyin konusunu açıklamakta, izleyiciyi güdülemektedir. Sonrasında deney yapım aşamasına geçilmekte, Basfi tarafından çözeltiler ve gıda boyası karıştırılarak poliüretan maddesi elde edilmektedir. Sonrasında şekilde de görüldüğü üzere bu maddenin günlük yaşamda kullanılabileceği alanlardan bahsedilmektedir. Devamında ise Basfi polimer yapısını değiştirerek poliüretan oluşturulabileceğinin öğrenildiğini ifade etmektedir. Sonrasında poliüretan maddesinin kimyasal bağ yapısı animasyon ile anlatıldıktan sonra, Basfi bilim dünyasında daha çok keşfedilecek şey olduğundan ve izleyicilerinde böyle keşifler yapabileceğinden bahsederek izleyiciyi güdülemektedir. Devamında ise konu ile ilgili iki seçenekli test sorusu yine animasyon ile sunulmakta ve Basfi izleyicilerden sorunun cevabını yorumlara yazmalarını istemektedir.

Görülmektedir ki, videoda fen bilimleri alanından kimya ile ilgili bir konu incelenmektedir. Videoda incelenen maddenin özellikleri, hangi kimyasal durum sebebi ile bu özelliklere sahip olduğu ve kimya ile ilgili bu kavramsal bilginin günlük yaşamımızda nerelerde kullanılabileceği anlatım yöntemi ile sunulmaktadır. Sunum esnasında animasyon ve görsellere de yer verilmektedir. Diğer taraftan maddenin kimyasal yapısının incelenmesi ise deney yapılarak uygulamalı olarak gösterilmektedir. Dolayısı ile video içerikte hem teorik hem de uygulamalı anlatıma yer verilmektedir. Bu bağlamda videoda sunuş yoluyla öğretim stratejisinden yararlanılmakta, öğretim tekniği olarak ise anlatım ve gösteri yöntemi kullanılmaktadır. Anlatım yöntemi kullanılırken, konu hakkında dikkat çekme ve merak uyandırma, günlük yaşamadan örnek verme ve somutlaştırma öğelerinden yararlanılmaktadır. Videoda önce konuya dikkat çekilmekte, ardından deney yapılmakta, günlük yaşamda kullanım alanlarının sunulmasından sonra kazanım sözlü olarak ifade edilmektedir. Ölçme değerlendirme amacıyla tek bir soru sorulmaktadır. Sorunun cevabı videonun açıklamalar kısmına eklenmektedir. Bu bağlamda kısıtlı bir ölçme yapılırken, izleyicilerden cevabı yorumlara yazmalarının istenmesi ise etkileşimi ve izleyicinin aktif olmasını sağlamaktadır.

Video başlangıcında Basfi “Şekersiz glutensiz cupcake, Basfi cupcakeleri...” cümlesi ile şaka yapmaktadır. Dolayısı ile videoda özel bir giriş animasyonu ya da görseli kullanılmamaktadır. Video boyunca sağ alt köşede sabit olarak Basfi Abone ol logosu

bulunmaktadır. Video başlangıcından 1 dakika 49 saniye sonra şekilde de görüldüğü üzere sol alt köşede abone ol butonunun gösterildiği küçük animasyon görünmektedir.

Basfi deneyde üretilen plastiğin kimyasal yapısını açıkladıktan sonra “plastikle” ilgili daha önceden paylaşılmış videoları da izlemelerini önermektedir. Dolayısı ile kanalda öğrenilen konu ile ilgili başka videolar varsa, konu bağlamının öğrenilmesi açısından teorik anlatım sonrasında önerilmektedir. Video içerisinde konu ile ilgili kanalda bulunan diğer videolar yine sağ üst köşede de önerilmektedir.

Video kapanış ekranında ise soru animasyonundan sonra Basfi izleyicilerden sorunun cevabını yorumlara yazmalarını istemekte, sonrasında “Bilimle kalın, hoşçakalın” cümlesini söylemektedir. Şekilde de görüldüğü üzere burada kanalın diğer videolarını yönlendirme yapan bitiş kartları görünmeye başlamakta ve kapanış animasyonunun sonuna kadar ekranda kalmaktadır. Sonrasında ise kapanış animasyonu gelmektedir. Animasyonda kırmızı renkli perdeden oluşan bir sahne bulunmakta, üzerinde “Eğlenerek öğrenmeye hazır mısınız?” cümlesi yazmaktadır. Bu cümlenin üzerinde sahne ışıkları süzöldükten sonra ise kırmızı perde kalkmakta ve sahnede kanalın ismi olan “Basfi İle Deneysel Bilim” yazısı sahneye gelmekte ve video sonlanmaktadır. Video bitimine kadar bitiş kartları ekranda kalmakta ve son olarak kanalın logosu ekrana gelmektedir. Video süresi ise 13 dakika 5 saniyedir.

4.1.3. “En Hızlı Köpüren Sabun Deneyi - Barış Özcan'ın Ses Desteğiyle” [V3] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

İçerik analizi yapılacak olan videoya ait genel bilgiler Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11

En Hızlı Köpüren Sabun Deneyi - Barış Özcan'ın Ses Desteğiyle başlıklı analiz edilecek videoya ait YouTube arayüz bilgileri

Video İçerik Başlığı:	En Hızlı Köpüren Sabun Deneyi - Barış Özcan'ın Ses Desteğiyle
Yüklenme Tarihi:	21 Mart 2017 Salı
Süresi:	06 dakika 50 saniye
İzlenme:	845.572 görüntülenme
Beğenme:	38 bin
Yorum:	2.551
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=Sle2LW8uGM
Videonun Aylık Kazancı:	286,44 -2302,33 \$

Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video Mayer'in tasarım ilkeleri açısından analiz edildiğinde, tüm ilkelerden yararlanıldığı, tutarlık ilkesinden ise kısmen yararlanıldığı, üretken etkinlik, bölümlenme, uzamsal, ilkelerinden yararlanılmadığı görülmektedir. Videonun Çoklu Ortam Tasarım İlkelerine uygunluk durumu Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12

En Hızlı Köpüren Sabun Deneyi - Barış Özcan'ın Ses Desteğiyle başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu

İlke Adı	Uygunluk Durumu
Çoklu ortam	✓
Tutarlılık	✓X
Zamansal	✓
Uzamsal	X
Gereksizlik	✓
Sinyal	✓
Ön Alıştırma	✓
Sunum Türü	✓

Tablo 12 (devamı)

En Hızlı Köpüren Sabun Deneyi - Barış Özcan'ın Ses Desteğiylebaşlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu (devamı)

Bölümleme	X
Kişiselleştirme	✓
Görüntü	✓
Ses	✓
Düzenleme	✓
Üretken Etkinlik	X

Kanalın yayınladığı ilk içeriklerden birisi olan bu videoda köpüren sabun deneyi yapılarak hidrojen peroksit maddesinden oksijen ve su açığa çıkarılmaktadır. Videoda önce yapılacak deneyden bahsedilmekte, sonra malzeme listesinin sıralandığı bir animasyon ile gösterilmektedir. Sonrasında Basfi tarafından malzemeler tek tek tanıtılmaktadır. İlk malzeme olan hidrojen peroksit Basfi tarafından gösterildikten sonra, bu malzemenin özelliklerinin sayıldığı bir animasyon daha gösterilmektedir. Devamında Basfi tarafından deney yapılmakta ve kapanış animasyonu ile video sona ermektedir. Bu bağlamda videoda hem ses, görsel, animasyon birlikte yer aldığından çoklu ortam tasarımına uymaktadır. Basfi karakteri izleyicilere evde denememeleri uyarısında bulunmaktadır. Bu uyarıya eş zamanlı olarak uyarı yazısı görünmektedir. Malzeme listesi sayılırken ise, Basfi malzemenin adını söylemekte eş zamanlı olarak ise malzemeyi elinde göstermektedir. Diğer taraftan hidrojen peroksitin özelliklerinden bahsedilen animasyon kısmında ise; özellik söylendiği anda görsel ekranda görülmektedir. Dolayısı ile zamansal yakınlık ilkesine uyulduğu görülmektedir.

Malzeme tanıtımı sırasında malzemelerin isimleri sol alt köşede ışıklı bir levha içerisinde gösterilmektedir. Bu bağlamda uzamsal yakınlık ilkesinden yararlanılmamaktadır. Video boyunca deney yapımı ve animasyonlar sesli olarak sunulmakta, aynı anda yazı kullanılmamaktadır. Bu bağlamda ise “gereksizlik” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video başlangıcından itibaren ekranda kullanılacak olan deney malzemeleri bulunmakta, kullanılmayan bir nesne yer almamaktadır. Diğer taraftan arka planın sağ üst

kısımında element simgeleri, kimyasal bağları anlatan bir figür, deney şişesi ve yan yana çizilmiş deney tüpleri resmi bulunmaktadır. Bu çizimin sol kısmında kırmızı renkli Anadolu kimyagerleri adında bir kitap, alt kısmında ise net olarak okunmamakla birlikte sayı ve harflerden oluşan bir yazı bulunmaktadır. Kitabın hemen yanında ise tahta silgisi ve silindir bir kap içerisinde tebeşirler bulunmaktadır. Malzemelerin sayıldığı animasyonda ise iki adet deney tüpü figürü bulunmaktadır. Videoda animasyon olduğunu vurgulamak için malzeme listesinin yanında da bir kamera resmi yerleştirilmiştir. Bu bağlamda “tutarlılık” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir. Diğer tarafından videodaki olay akışına uygun fon müzikler kullanılmaktadır. Şekilde görüldüğü gibi hidrojen peroksitin özelliklerinin anlatıldığı animasyonda ise verilen örneklerle ilgili görseller kullanılmaktadır. Bu bağlamda fon müziği kullanımı ve ilgili görsellerin gösterilmesi ile “tutarlılık” ilkesinden yararlanılarak bu ilkenin kısmen sağlandığı görülmektedir.

Video başlangıcında Basfi karakteri ilk deney videosu olduğu için bilim ve deney yapmanın öneminden bahsederek, izleyicileri deney yapmaları konusunda yönlendirmektedir. Daha sonra yapılacak deneyi açıklayarak malzeme listesinin yazıldığı animasyona geçilmektedir. Sonrasında Basfi tarafından malzemeler tek tek tanıtılmaktadır. Ana malzeme olan hidrojen peroksitin özellikleri ise yine bir animasyonla anlatıldıktan sonra, deney gerçekleştirilmekte ve en son kapanış animasyonu ile video sona ermektedir. Dolayısı ile video baştan sona kesintisiz bir anlatım ve görüntü formatından oluşmakta, olay akışına göre animasyonlarla desteklenmektedir. Bu bağlamda “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Basfi karakteri deney malzemeleri animasyonundan sonra malzemeleri tek tek eline alarak tanıtmaktadır. Bu bağlamda hidrojen peroksiti eline alarak göstermesi “sinyal ilkesinden” yararlanıldığını göstermektedir. Devamında Basfi hidrojen peroksit maddesinin ne olduğundan, nerelerde kullanıldığından ve enteresan bir madde olduğundan bahsetmektedir. Devamında ise bu maddenin on önemli özelliğinin sayıldığı animasyon gelmektedir. Dolayısı ile ana malzeme olan hidrojen peroksitin deneyden önce vurgulanması ise “ön alıştırma” ilkesinden yararlanıldığını göstermektedir.

Video sonunda Basfi karakteri “Sorularınızı ve yorumlarınızı heyecanla bekliyorum” diyerek izleyicilerden konu ile ilgili yorum yapmalarını istemekte, fakat

izleyiciyi aktif bir eğitsel etkinliğe yönlentmemektedir. Bu bağlamda “üretken etkinlik” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video içerik boyunca anlatım ana karakter olan Basfi tarafından, hidrojen peroksitin özelliklerinin anlatıldığı animasyon ise ünlü YouTuber Barış Özcan tarafından sözlü olarak yapılmakta, videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemektedir. Dolayısı ile “sunum türü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi karakteri videoda deneyleri gerçekleştiren bilim adamı karakterine bürünmüş bir öğretici rolündedir. Deney yapım aşamasında malzemeleri mezürün içerisinde karıştırmakta ve potasyum iyodür eriyene kadar çalkalamaktadır. Aktif olarak hareket eden Basfi bir yandan deneyi sözlü olarak sunmaktadır. Video üçüncü şahıs bakış açısı ile videoya alınmaktadır.

Video süresince Basfi göz teması kurmakta, anlatırken jest ve mimiklerini de sıkça kullanmaktadır. Bu bağlamda “düzenleme” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir. Anlatım sırasında Basfi karakteri akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmakta, izleyicilere “arkadaşlar” ifadesi ile seslenmektedir. Bu bağlamda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır. Video süresince anlatım Basfi tarafından kendi sesi ile yapılmakta, karakter samimi, bir tavır içinde bulunmaktadır. Dolayısı ile videoda samimi insan sesi kullanılmaktadır. Bu bağlamda “ses” ilkesinin dikkate alındığı görülmektedir.

Basfi karakteri, yine aktif sunumu yapan kişi olarak videoda yer almakta ve sadece sesi kullanılmaktadır. Malzeme özelliğinin anlatıldığı animasyon bölümünde ise Barış Özcan’ın sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda “görüntü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video İçeriğinin Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video giriş animasyonundan sonra Basfi’nin “Merhaba arkadaşlar, ben Basfi.” cümlesi ile başlamaktadır. Devamında Basfi her hafta bilimin en eğlenceli taraflarını inceleyeceğinden, iyi bir bilim adamı olmak için ise meraklı olunması, soru sorulması

gerektiğinden bahsetmektedir. Sonrasında köpüren sabun deneyi yapacağını söylemekte ve malzemelerin listelendiği animasyon gelmektedir. Animasyondan sonra Basfi malzemeleri tek tek göstererek tanıtmakta, ana malzeme olan hidrojen peroksitin özellikleri ise yine bir animasyonla gösterilmektedir. Bu animasyonda hidrojen peroksitin günlük yaşamda nerelerde kullanıldığından bahsedilmekte; animasyonun seslendirmesini ise ünlü YouTuber Barış Özcan yapmaktadır. Sonrasında Basfi yapacağı deneyle hidrojen peroksit maddesini oksijen gazı ve su gibi yararlı maddelere çevireceğinden bahsetmektedir. Dolayısı ile deney ile elde edilecek kazanım sözlü olarak sunulmaktadır. Malzemelerin tanıtımı sonrasında ise Basfi çözeltileri ve gıda boyasını karıştırarak deneyi yapmaktadır.

Video içerikte videoda fen bilimleri alanından kimya ile ilgili bir konu incelenmektedir. Videoda incelenen maddenin özellikleri, olduğu ve kimya ile ilgili bu kavramsal bilginin günlük yaşamımızda nerelerde kullanılabileceği anlatım yöntemi ile sunulmaktadır. Sunum esnasında animasyon ve görsellere yer verilmektedir. Deney ile hidrojen peroksit maddesini oksijen gazı ve su gibi yararlı maddelere dönüştürülürken diğer taraftan da hızla köpüren sabun görüntüsü izleyicinin dikkatine çekmektedir. Bu bağlamda ile video içerikte hem teorik hem de uygulamalı anlatıma yer verildiği görülmektedir. Öğretim stratejilerinden sunuş yoluyla öğretim stratejisinden yararlanılmakta, öğretim tekniği olarak ise anlatım ve gösteri yöntemi kullanılmaktadır. Anlatım yöntemi fotoğraf, ses ve animasyon öğeleri ile zenginleştirilmektedir. Video boyunca kullanılan fon müziği, akıcılığı sağlamakta, anlatımı bir hikaye haline getirmektedir. Bu videoda farklı olarak sunumu yapan ünlü YouTuber Barış Özcan da bilgilendirici içeriklerle tanınmaktadır. Burada Youtube’u eğitici amaçla da kullanan hedef kitleye hitap edildiği söylenebilir. Bu sebeple anlatıcı sesi olarak Barış Özcan’ın sesinin kullanılmasının izleyici açısından dikkat çekici ve güdüleyici olduğu düşünülmektedir.

Video da Basfi izleyicilerden soru ve yorumlarını merakla beklediğini söylerken, diğer videoların aksine kendisi herhangi bir soru yöneltmemektedir. Bu bağlamda içerikte bir ölçme-değerlendirme yöntemi kullanılmazken; izleyicilerden yorum ve soru yazmalarının istenmesi ise izleyici ile etkileşim kurulmak istendiğini göstermektedir. Dolayısı ile izleyicinin de aktif olduğu bir ortam oluşturulmaya çalışıldığı görülmektedir.

Video bir açılış animasyonu ile başlamaktadır. Animasyonda kırmızı renkli perdeden oluşan bir sahne bulunmakta, üzerinde “Eğlenerek öğrenmeye hazır mısınız?” cümlesi yazmaktadır. Bu cümlenin üzerinde sahne ışıkları süzöldükten sonra ise kırmızı perde kalkmakta ve sahnede kanalın ismi olan “Basfi İle Deneysel Bilim” yazısı sahneye gelmekte ve animasyon sonlanmaktadır. Video sonunda ise izleyiciden kanala abone olmalarını ve destek için videoyu beğenmelerini isteyen Basfi, “Yorum ve sorularınızı heyecanla bekliyorum” demektedir. Sonrasında ise başlangıç animasyonu bitiş içinde kullanılmaktadır. Burada kanalın logosu ve bir bitiş kartı da görünerek video sonlanmaktadır. Dolayısı ile bu videoda, diğer deney videolarının aksine başlangıç ve bitiş için aynı animasyon kullanılmaktadır. Video süresi ise 6 dakika 50 saniyedir.

4.1.4. “Günün Menüsü: Yeşil Yumurta (Evde deneyin!)” [V4] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

İçerik analizi yapılacak olan “Günün Menüsü: Yeşil Yumurta (Evde deneyin!)” başlıklı videonun genel bilgileri Tablo 13’te verilmiştir.

Tablo 13

Günün Menüsü: Yeşil Yumurta (Evde deneyin!) başlıklı videoya ait arayüz bilgileri

Video İçerik Başlığı:	Günün Menüsü: Yeşil Yumurta (Evde deneyin!)
Yüklenme Tarihi:	20 Eylül 2019 Pazar
Süresi:	12.48 dakika
İzlenme :	694.173 görüntülenme
Beğenme :	17 bin
Yorum:	1.493
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=wtdpjNzGQ88
Videonun Aylık Kazancı:	234,97-1896,03 \$

Video İçeriğın Tasarım Özellikleri İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video içerik Mayer’in tasarım ilkeleri açısından analiz edildiğinde, tüm ilkelerden yararlanıldığı, tutarlık ilkesinden ise kısmen yararlanıldığı, bölümlenme ilkesinden

yararlanılmadığı görülmektedir. Tablo 14’te videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu verilmiştir.

Tablo 14

Günün Menüsü: Yeşil Yumurta (Evde deneyin!) başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu

İlke Adı	Uygunluk Durumu
Çoklu ortam	✓
Tutarlılık	✓ X
Zamansal	✓
Uzamsal	✓
Gereksizlik	✓
Sinyal	✓
Ön Alıştırma	✓
Sunum Türü	✓
Bölümleme	X
Kişiselleştirme	✓
Görüntü	✓
Ses	✓
Düzenleme	✓
Üretken Etkinlik	✓

Video içerikte önce antosiyanin maddesinin ne olduğu anlatımla, hangi bitkilerde bulunduğu animasyonla, faydalarının neler olduğu ise resimlerle açıklanmaktadır. Sonrasında ise antosiyanin maddesinin bazik ve asidik ortamda gösterdiği değişimin incelendiği kimyasal bir deney yapılmaktadır. Dolayısı ile konu anlatımında gerçek uygulamanın yanı sıra animasyon ve resimlerde kullanılmış, “çoklu ortam” ilkesinden yararlanılmıştır.

Basfi, antosiyaninin hangi bitkilerde bulunduğunu söylerken, söylediği renkteki bitkiler eş zamanlı olarak ekranda görünmektedir. Antosiyaninin faydalarını söylerken ise, söylediği alanlarla ilgili görseller yine eş zamanlı olarak görünmektedir. Diğer taraftan yumurtada bulunan vitaminleri sayarken, söylediği vitaminin ismi eş zamanlı olarak ekranda görünmektedir. Bu bağlamda “zamansal yakınlık” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi, antosiyaninin bulunduğu bitkilerden bahsederken, antosiyanid moleküllerinin bitkilerdeki şekerlere bağlanarak oluştuğunu anlatmaktadır. Burada oluşan bağ yapıları ve farklı renklerde antosiyaninler yazısı birbirine yakın konumda olduğundan “uzamsal yakınlık” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Antosiyaninlerin kimyasal bağ yapıları ve çeşitlerinin açıklandığı animasyonda sesli sunum yapılmakta, anlatımı tekrar eden yazı bulunmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir. Animasyonun devamında bağ yapısının özellikleri açıklanırken, görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada kullanılmakta, anlatımı tekrar eden yazı bulunmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video başlangıcından itibaren içi renkli sıvılarla dolu kimyasal deney tüpleri deneyde kullanılmamasına rağmen masa üzerinde bulunmaktadır. Basfi bugün deneyde renkli yumurta yapacağından bahsederken, sol üst köşede renkli kabuklu yumurtalar gösterilmektedir. Fakat deneyde yapılacak olan yumurta görseldeki gibi bir yumurta değildir. Diğer taraftan arka planın sağ üst kısmındaki kara tahta alanında deney tüpü, cıva elementinin simgesi ve “Kimya” yazısı bulunmaktadır. Bu çizimin sol kısmında kırmızı ve mavi renkli olmak üzere Anadolu kimyagerleri adında iki kitap, alt kısmında ise net olarak okunmamakla birlikte sayı ve harflerden oluşan bir yazı bulunmaktadır. Burada arka planda kimya ve bilim ile ilgili olan fakat yapılan antosiyanin deneyi ile ilgili olmayan dekoratif resimler bulunmaktadır. Bu bağlamda “tutarsızlık” ilkesine uyulmadığı görülmektedir. Diğer taraftan konu anlatımı, malzemelerin listelenmesi, deneyin yapılışı gibi durumlara uyumlu farklı müzikler tercih edilmekte, müziğin sesi yükseltilip alçaltılmakta; ritmik olarak hızı ayarlanmaktadır. Antosiyaninin faydaları ve bulunduğu bitkiler anlatılırken ise bahsedilen kelimelerle ilgili fotoğraflar sunulmakta, farklı görsellere yer verilmemektedir. Bu bağlamda fon müziği kullanımı, videoda tercih edilen renklerin uyumu ve ilgili görsellerin gösterilmesi açısından ise “tutarlılık” ilkesine uyulduğu görülmektedir. Dolayısı ile tutarlılık ilkesinden kısmi olarak yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi karakteri deneye başlamadan önce antosiyanin maddesinin ne olduğundan, faydalarından ve özelliklerinden bahsettikten sonra deney yapım aşamasında geömektedir.

Dolayısı ile deney öncesinde antosiyanin maddesinin vurgulanması “ön alıştırma” ilkesinden yararlanıldığını göstermektedir. Diğer taraftan antosiyonid molekülünün anlatıldığı animasyonda, molekülün yapısından bahsedilirken görseldeki ilgili kısımlar yuvarlak içine alınarak dikkat çekilmektedir. Dolayısı ile “sinyal” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi antosiyanin maddesinin bulunduğu bitkileri görseller eşliğinde sıraladıktan sonra “Bunlar aklıma gelenler, gelmeyenleri de siz videonun altına yorum olarak yazabilirsiniz” demektir. Deney yapım aşamasından sonra ise izleyicilere ” Sizde bu deneyi evde yapabilir, annenizi babanızı şaşırtabilirsiniz” demekte, eş zamanlı olarak ekranın sol üst kısmında ışıklı bir pano animasyonu ile “Evde deneyebilirsiniz” yazmaktadır. İzleyici aktif bir eğitsel etkinliğe yönlendirilmekte, bu bağlamda “üretken etkinlik” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video yeşil yumurta yapılacağından bahsedilerek başlamakta, malzeme listesinin sayıldığı animasyon ile devam etmektedir. Sonrasında Basfi tarafından antosiyanin maddesinin hangi bitkilerde bulunduğu ve kimyasal bağ yapısı animasyon ile anlatılırken, maddenin faydaları ise görsellerle anlatılmaktadır. Devamında deney Basfi tarafından yapılmakta ve soru animasyonu ile videonun sonuna ulaşılmaktadır. Dolayısı ile video baştan sona kesintisiz bir anlatım ve görüntü formatından oluşmaktadır. Bu bağlamda “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video içerik boyunca anlatım ana karakter olan Basfi tarafından sözlü olarak yapılmakta, videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemektedir. Dolayısı ile “sunum türü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi karakteri video boyunca yine anlatımı yapan ve deneyleri gerçekleştiren bilim adamı karakterine bürünmüş bir öğretici rolündedir. Deney yapım aşamasında lahanayı doğrayıp, sıcak su eklemekte; oluşan suyu yumurta beyazı ile karıştırmaktadır. Sonra bu karışımı limon suyu ile asidik bir ortama çevirmekte ve yeşil rengini elde etmektedir. Sonrasında karışımı tavada pişirerek yeşil bir yumurta görüntüsü elde etmektedir. Basfi karakteri deneyi anlatırken jest ve mimiklerini de sıkça kullanmaktadır. İzleyicilerle göz teması kuran karakter üçüncü şahıs bakış açısıyla videoya alınmaktadır. Bu bağlamda

“düzenleme” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir. Anlatım sırasında Basfi karakteri akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmakta, izleyicilere “arkadaşlar” ifadesi ile seslenirken, dış ses ile sohbet esnasında ise “ben” ve “sen” tekil şahıslarını kullanarak konuşmaktadır. Bu bağlamda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır.

Video süresince anlatım Basfi tarafından kendi sesi ile yapılmakta, karakter samimi, bir tavır içinde bulunmaktadır. Deney malzemelerini saymadan önce renkli yumurta yapımı ile ilgili dış ses ile konuşarak şaka yapan Basfi, eğlenceli ve merak uyandıran bir tavırda nasıl bir deney yapacağından bahsetmektedir. Şakalar esnasında Basfi'nin doğal gülme davranışlarına rastlanırken, yapay bir gülme efekti bulunmamaktadır. Dolayısı ile videoda samimi insan sesi kullanılmaktadır. Bu bağlamda “ses” ilkesinin dikkate alındığı görülmektedir.

Basfi karakteri, yine aktif sunumu yapan kişi olarak videoda yer almaktadır. Animasyon ya da görsel bölümlerde ise Basfi'nin sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda “görüntü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video Basfi'nin “Bugün yemekler benden” cümlesi ile başlamaktadır. Basfi renkli bir yumurta yapacağından bahsederek dikkat çekmekte ve izleyiciyi güdülemektedir. Burada deneyin konusunu açıkladıktan sonra malzemelerin sayıldığı animasyon gelmektedir. Sonrasında Basfi antosiyanin maddesinin ne olduğundan, hangi bitkilerde bulunduğundan, kimyasal bağ yapısından bahsetmektedir. Bu aşamada görsel ve animasyonlardan da yararlanılmaktadır. Ayrıca konuya giriş yaparken dış ses ile kısa diyaloglara da yer verilmektedir. Konu ile ilgili bilgi verildikten sonra deney yapım aşamasına geçen Basfi, lahanaya doğrayarak sıcak su eklemekte, oluşan mor renkli suyu ise yumurta beyazı ile karıştırmaktadır. Burada yumurta beyazının bazik özelliği taşımasından dolayı beyazı yeşil rengine döndüğünü açıklayan Basfi, sonrasında yumurtayı tavada pişirerek yeşil renkli bir yumurta elde etmektedir. Sonrasında ise pembe yumurta da yapacağından bahsederek, karışıma limon suyu eklemektedir. Burada ise asidik bir ortam elde ettiğinden bahsederek, pembe rengi alan yumurta karışımında tavada pişirmekte ve

izleyiciye evde deneyebileceklerini söylemektedir. Sonrasında antosiyanin ile yapılan çalışmalar sonucunda daha az antibiyotik kullanılabileceğini söylemektedir. Burada yapılan bilimsel çalışmaların günlük yaşamımızda bize sağlayacağı katkıdan bahsetmekte ve konu ile ilgili iki seçenekli bir test sorusu sormaktadır. Sonrasında bilim sayesinde böyle sürprizler yapılabileceğinden bahsetmekte ve izleyicilere hoşçakalın diyerek videoyu bitirmektedir.

Videoda fen bilimleri alanından kimya ile ilgili bir konu incelenmektedir. Videoda incelenen maddenin özellikleri, hangi kimyasal durum sebebi ile bu özelliklere sahip olduğu ve kimya ile ilgili bu kavramsal bilginin günlük yaşamımızda nerelerde kullanılabileceği anlatım yöntemi ile sunulmaktadır. Sunum esnasında animasyon ve görsellere de yer verilmektedir. Konuya giriş esnasında dış ses ile diyaloglara yer verilerek samimi ve eğlenceli bir ortam oluşturulmaktadır. Diğer taraftan maddenin kimyasal yapısının incelenmesi ise deney yapılarak uygulamalı olarak gösterilmektedir. Dolayısı ile video içerikte hem teorik hem de uygulamalı anlatıma yer verilmektedir. Bu bağlamda videoda sunuş yoluyla öğretim stratejisinden yararlanılmakta, öğretim tekniği olarak ise anlatım ve gösteri yöntemi kullanılmaktadır. Anlatım yöntemi kullanılırken, konu hakkında dikkat çekme ve merak uyandırma, günlük yaşamdan örnek verme ve somutlaştırma öğelerinden yararlanılmaktadır. Videoda önce konuya dikkat çekilmekte, konu hakkında ön bilgi verilmekte, ardından deney yapılmaktadır. Devamında konu hakkında teorik bilgi verildikten sonra, kazanım sözlü olarak ifade edilmektedir. Ölçme değerlendirme amacıyla tek bir soru sorulmaktadır. Sorunun cevabı videonun açıklamalar kısmına eklenmektedir. Bu bağlamda kısıtlı bir ölçme yapılırken, izleyicilerden deneyi evde denemelerinin istenmesi ise izleyicinin aktifleştirilmeye çalışılmaktadır.

Video başlangıcında Basfi “Bugün yemekler benden” cümlesi ile dikkat çekici bir giriş yapmaktadır. Dolayısı ile videoda özel bir giriş animasyonu ya da görseli kullanılmamaktadır. Video boyunca sağ alt köşede sabit olarak “Basfi Abone ol” logosu bulunmaktadır. Video başlangıcından 11 saniye sonra sol alt köşede abone ol butonunun gösterildiği küçük animasyon görünmektedir.

Video kapanış ekranında ise soru animasyonundan sonra Basfi “hoşçakalın” cümlesini ile videoyu bitirmektedir. Sonrasında ise kapanış animasyonu gelmektedir.

Animasyonda kırmızı renkli perdeden oluşan bir sahne bulunmakta, üzerinde “Eğlenerek öğrenmeye hazır mısınız?” cümlesi yazmaktadır. Bu cümlenin üzerinde sahne ışıkları süzüldükten sonra ise kırmızı perde kalkmakta ve sahnede kanalın ismi olan “Basfi İle Deneysel Bilim” yazısı sahneye gelmektedir.

Bitiş animasyonundan sonra ise şekilde görüldüğü üzere kamera arkasından 40 saniyelik bir kesit gri tonlama ile yayınlanmaktadır. Basfi’nin dış ses ile şakalaştığı ve çekim hatasının yapıldığı bu bölümün yayınlanması samimi bir ortam oluşturmakta, izleyicinin gülerken videoyu bitirmesi sağlanmaktadır. Dolayısı ile bu durum izleyicinin güdülenmesini sağlamaktadır. Kamera arkası görüntülerinin sonunda ise yine bitiş kartlarına yer verilmektedir. Video süresi ise 12 dakika 48 saniyedir.

4.1.5. “Dünyanın En Sert Sıvısı ile Deney Yaptım (Evde Deneyin!)” [V5] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Dünyanın En Sert Sıvısı ile Deney Yaptım (Evde Deneyin!) başlıklı videonun genel bilgileri Tablo15’te verilmiştir.

Tablo 15

Dünyanın En Sert Sıvısı ile Deney Yaptım (Evde Deneyin!) başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri

Video İçerik Başlığı:	Dünyanın En Sert Sıvısı ile Deney Yaptım (Evde Deneyin!)
Yüklenme Tarihi:	18 Eylül 2020 Cuma
Süresi:	12.40 dakika
İzlenme:	587.084 görüntülenme
Beğenme:	15 bin
Yorum:	972
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=upi_8yFTPEc
Videonun Aylık Kazancı:	199,08-1557,46 \$

Video İçeriğin Tasarım zelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

“Dünyanın En Sert Sıvısı ile Deney Yaptım (Evde Deneyin!)” isimli video içerik Mayer’in tasarım ilkeleri açısından analiz edildiğinde, ilkelerden yararlanıldığı, tutarlık ilkesinden ise kısmen yararlanıldığı, bölümlene ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir. Tablo 16’da videonun oklu Ortam Tasarım İlkelerine uygunluk durumu verilmiştir.

Tablo 16

Dünyanın En Sert Sıvısı ile Deney Yaptım (Evde Deneyin!) başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu

İlke Adı	Uygunluk Durumu
Çoklu ortam	✓
Tutarlılık	✓ X
Zamansal	✓
Uzamsal	✓
Gereksizlik	✓
Sinyal	✓
Ön Alıştırma	✓
Sunum Türü	✓
Bölümlene	X
Kişiselleştirme	✓
Görüntü	✓
Ses	✓
Düzenleme	✓
Üretken Etkinlik	✓

Video içerikte Newton tipi akışkan olmayan madde yapısının incelendiği kimyasal bir deney yapılmaktadır. Video içerikte maddenin yapısı deney ile incelendikten sonra, animasyon ile özetlenmektedir. Maddenin günlük yaşamda kullanım alanları olarak sert spordan bahsedilirken de farklı video kesitlerine yer verilmektedir. Dolayısı ile konu

anlatımında gerçek uygulamanın yanı sıra animasyon ve resimlerde kullanılmış, çoklu ortam ilkesinden yararlanılmıştır.

Deneyde incelenen Newton tipi akışkan olmayan madde yapısı animasyon gösterisi ile açıklanırken, su ve nişasta moleküllerinin hareketi anlatılmaktadır. Maddelerin bağ yapıları hem yazı hem de görsel ile birlikte gösterilmektedir. Yine kristaloid ve kolloid kavramlarının anlatıldığı animasyonda sesli sunum ile yazılar eş zamanlı olarak görünmektedir. Devamında nişasta karışımının direncinden bahsederek viskozite kavramı anlatılmakta, anlatıma eş zamanlı olarak ekranda “viskozite” yazısı ve yükseldiğini gösteren ok görünmektedir. Burada görseller ve onlara ait yazılar birbirine yakın konumda ve aynı anda ekranda görünmektedir. Dolayısı ile “uzamsal yakınlık” ilkesinden, yazı ve görsellerin eş zamanlı sunulması ise “zamansal yakınlık” ilkesinden yararlanıldığını göstermektedir. Yine animasyonda görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada yer alırken, anlatılanlar yazı halinde sunulmamaktadır. Devamında kolloid maddelere örnek gösterilirken, görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada kullanılmakta, anlatımı tekrar eden yazı bulunmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden yararlanıldığı söylenebilir.

Video başlangıcından itibaren ekranda kullanılacak olan deney malzemeleri bulunmakta, kullanılmayan bir nesne yer almamaktadır. Diğer taraftan arka planın sağ üst kısmındaki kara tahta alanında element simgeleri, deney şişesi ve yan yana çizilmiş deney tüpleri, gezegen figürü bulunmaktadır. Bu alanın sol kısmında kırmızı ve mavi renkli Anadolu kimyagerleri adında iki kitap, alt kısmında ise net olarak okunmamakla birlikte sayı ve harflerden oluşan bir yazı bulunmaktadır. Kitabın hemen sol tarafında ise “Basfi abone ol” yazılı ışıklı bir pano bulunmaktadır. Malzemelerin sayıldığı animasyonda ise iki adet deney tüpü figürü bulunmaktadır. Diğer taraftan video boyunca fon müziği çalınmakta, konu anlatımı, malzemelerin listelenmesi, deneyin yapılışı gibi durumlara uygun olacak biçimde müzik sesi yükseltip alçaltılmakta; ritmik olarak hızı ayarlanmaktadır. Bu bağlamda fon müziği kullanımı ve sadece gerekli malzemelerin ekranda görünmesi bakımından “tutarlılık” ilkesine uyulduğu görülmektedir. Fakat arka planda konuyla doğrudan bağlantısı olmayan dekoratif resim ve nesnelerin bulunması açısından ise “tutarlılık” ilkesine uyulmadığı görülmektedir. Dolayısı ile tutarlılık ilkesinden kısmi olarak yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda deneye başlamadan önce Basfi elindeki cam kasedeki sıvı görünümlü akışkan bir malzemeyi göstermektedir. Bu esnada dış ses “Katı bir şey yapacağız demiştin sen” demekte, Basfi ise elindeki sıvı görünümlü malzemeyi göstererek “katı işte” yanıtını vermektedir. Burada elindeki malzemenin sıvı görünümlü olmasına rağmen “katı” olduğundan bahsetmesi ve kaseyi sağa sola eğerek maddeyi göstermesi, incelenecek olan kolloid maddenin özelliğine dikkat çekmektedir. Dolayısı ile “sinyal ilkesinden” yararlanıldığı görülmektedir. Basfi deneyi yaptıktan sonra kolloid kavramını bulan bilim adamından bahsetmekte, hangi özelliğinden dolayı kolloid kavramını keşfettiğini anlatmaktadır. Burada ise “ön alıştırma” ilkesinden yararlanıldığını görülmektedir.

Video kase içerisindeki nişasta-su karışımının gösterimi ile başlamakta, sonra malzeme listesinin sayıldığı animasyon ile devam etmektedir. Sonrasında Basfi karakteri tarafından deney yapılmakta ve deneyde oluşan maddenin molekül dizilişi yine animasyon ile özetlenmektedir. Dolayısı ile video baştan sona kesintisiz bir anlatım ve görüntü formatından oluşmaktadır. Bu bağlamda “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Videoda deney ile incelenen ve animasyon ile de kimyasal yapısı açıklanan kolloid yapı maddelerin günlük yaşamda kullanımına örnek verilmekte, sonrasında ise konu ile ilgili iki seçenekli bir test sorusu animasyon ile sorulmaktadır. Soru animasyonunundan sonra ise izleyici aktif olarak eğitici bir etkinliğe yönlendirilmektedir. Bu bağlamda “üretken etkinlik” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir. Video içerik boyunca anlatım ana karakter olan Basfi tarafından sözlü olarak yapılmakta, videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemektedir. Dolayısı ile “sunum türü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video süresince Basfi anlatımı yapan ve deneyleri gerçekleştiren bilim adamı karakterine bürünmüş bir öğretici rolündedir. Deney yapım aşamasında nişasta, su ve gıda boyasını karıştıran Basfi, oluşan çözeltinin viskozitesini yaptığı daldırma hareketleri ile anlatmaktadır. Anlatım sırasında jest ve mimiklerini de sıkça kullanmaktadır. İzleyicilerle göz teması kuran karakter üçüncü şahıs bakış açısıyla videoya alınmaktadır. Bu bağlamda “düzenleme” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi kasedeki nişasta karışımını göstererek “Katı değil mi bu?” sorusunu dış ses olan iki kişiye sormakta ve aldığı yanıtın sonra şaka yapmaktadır. Videoda dış ses olan iki kişi konuşulduğu görülmektedir. Anlatım sırasında Basfi karakteri akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmakta, izleyicilere “arkadaşlar” ifadesi ile seslenirken, dış ses ile sohbet esnasında ise “ben” ve “sen” tekil şahıslarını kullanarak konuşmaktadır. Bu bağlamda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır. Videoya giriş ve konuya dikkat çekme aşamalarında Basfi dış ses ile diyalog halinde olmakta, konu ile ilgili şakalar yapmaktadır. Video boyunca anlatım Basfi tarafından kendi sesi ile yapılmakta, karakter samimi, bir tavır içinde bulunmaktadır. Şakalar esnasında Basfi’nin doğal gülme davranışlarına rastlanırken, yapay bir gülme efekti bulunmamaktadır. Dolayısı ile videoda samimi insan sesi kullanılmaktadır. Bu bağlamda “ses” ilkesinin dikkate alındığı görülmektedir.

Basfi karakteri, yine aktif sunumu yapan kişi olarak videoda yer almaktadır. Animasyon ya da görsel bölümlerde ise Basfi’nin sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda “görüntü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video dış sesin Basfi’ye “Basfi, hazır mıyız? Başladık mı deneye?” sorusu ile başlamakta, Basfi’nin “Deney bitti, senin haberin yok mu?” yanıtı ile devam etmektedir. Sonrasında Basfi kolloid özellikteki nişasta karışımının bulunduğu kaseyi eğerek akışkanlığını göstermektedir. Dış sesin “Sütlaç mı o?”, “katı bir şey yapacaktın” gibi cümleleri ile merak uyandırılmakta ve deneyin konusuna dikkat çekilmektedir. Devamında dış ses tarafından sıvı görünümlü bu karışımın gaz olduğu söylenerek absürt bir şaka yapılmakta ve anlatım eğlenceli hale getirilmektedir. Sonrasında deney malzemeleri listelenmekte ve Basfi tarafından karışım hazırlanarak deney yapılmaktadır. Deney sonrasında, deneyle ilgili kavramsal bilgiler animasyonla anlatılmaktadır. Devamında deneyde incelenen kolloid maddenin sert sporlardaki koruyucu malzemelerde kullanıldığından bahsederek, günlük yaşamda kullanım alanları açıklanmaktadır.

Basfi karakteri bu deneyle newton tipi akışkanların, viskozite kavramının öğrenildiğinden bahsetmekte ve iki seçenekli test sorusunun olduğu animasyon gösterilmektedir. Devamında Basfi “Cevaplarınızı yorum olarak bekliyorum arkadaşlar” demekte, izleyicilerden abone olmalarını istemektedir. En son “Bilimle kalın, hoşçakalın” diyen Basfi, dış sese şaka yaparak videoyu bitirmektedir.

Videoda fen bilimleri alanından kimya ile ilgili bir konu incelenmektedir. Videoda incelenen maddenin özellikleri, hangi kimyasal durum sebebi ile bu özelliklere sahip olduğu ve kimya ile ilgili bu kavramsal bilginin günlük yaşamımızda nerelerde kullanılabileceği anlatım yöntemi ile sunulmaktadır. Sunum esnasında animasyon ve görsellere de yer verilmektedir. Diğer taraftan maddenin kimyasal yapısının incelenmesi ise deney yapılarak uygulamalı olarak gösterilmektedir. Dolayısı ile video içerikte hem teorik hem de uygulamalı anlatıma yer verilmektedir. Bu bağlamda videoda sunuş yoluyla öğretim stratejisinden yararlanılmakta, öğretim tekniği olarak ise anlatım ve gösteri yöntemi kullanılmaktadır. Anlatım yöntemi kullanılırken, konu hakkında dikkat çekme ve merak uyandırma, günlük yaşamdan örnek verme ve somutlaştırma öğelerinden yararlanılmaktadır. Videoda önce konuya dikkat çekilmekte, ardından deney yapılmakta, günlük yaşamda kullanım alanlarının sunulmasından sonra kazanım sözlü olarak ifade edilmektedir. Ölçme değerlendirme amacıyla tek bir çokten seçmeli soru sorulmaktadır. Sorunun cevabı videonun açıklamalar kısmına eklenmektedir. Bu bağlamda kısıtlı bir ölçme yapılırken, izleyicilerden cevabı yorumlara yazmalarının istenmesi ise etkileşimi ve izleyicinin aktif olmasını sağlamaktadır.

Video dış sesin Basfi’ ye “Basfi, hazır mıyız?, Başladık mı deneye?” sorusuna Basfi’nin “Deney bitti, senin haberin yok mu?” yanıtı ile başlamaktadır. Bu bağlamda video dış ses ile Basfi’nin diyalogu ile başlamakta, videoya özel bir giriş animasyonu ya da görseli kullanılmamaktadır.

Video boyunca sağ alt köşede sabit olarak Basfi Abone ol logosu bulunmaktadır. Video başlangıcından 37 saniye sonra sol alt köşede abone ol butonunun gösterildiği küçük animasyon görünmektedir.

Basfi deneyden sonra, viskozite kavramını açıklamakta ve bu kavramla ilgili daha önceden paylaşılmış videoları da izlemelerini önermektedir. Dolayısı ile kanalda öğrenilen konu ile ilgili başka videolar varsa, konu bağlamının öğrenilmesi açısından teorik anlatım sonrasında önerilmektedir. Video önerileri hem Basfi'nin önündeki linkte, hemde ekranın sağ üst köşesindeki linkte yer almaktadır.

Video kapanış ekranında ise soru animasyonundan sonra Basfi izleyicilerden sorunun cevabını yorumlara yazmalarını istemekte, sonrasında "Bilimle kalın, hoşçakalın" cümlesini söylemektedir. Şekilde de görüldüğü üzere burada kanalın diğer videolarını yönlendirme yapan bitiş kartları görünmeye başlamakta ve kapanış animasyonunun sonuna kadar ekranda kalmaktadır. Sonrasında ise kapanış animasyonu gelmektedir. Animasyonda kırmızı renkli perdeden oluşan bir sahne bulunmakta, üzerinde "Eğlenerek öğrenmeye hazır mısınız?" cümlesi yazmaktadır. Bu cümlenin üzerinde sahne ışıkları süzöldükten sonra ise kırmızı perde kalkmakta ve sahnede kanalın ismi olan "Basfi İle Deneysel Bilim" yazısı sahneye gelmektedir.

Bitiş animasyonundan sonra ise şekilde görüldüğü üzere kamera arkasından 13 saniyelik bir kesit gri tonlama ile yayınlanmaktadır. Burada Basfi videoda bahsettiği parşömen kavramı ile ilgili şaka yapmaktadır. Kamera arkası görüntüsü olarak yayınlanan bu bölüm samimi bir ortam oluşturmakta, izleyicinin gülerek videoyu bitirmesi sağlanmaktadır. Dolayısı ile bu durum izleyicinin güdülenmesini sağlamaktadır. Kamera arkası görüntülerinin sonunda ise yine bitiş kartlarına ve kanalın logosuna yer verilmektedir. Video süresi ise 12 dakika 40 saniyedir.

4.1.6. "Çok Şaşıracağımız Yanlılıkla Keşfedilmiş 5 Buluş" [V6] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

İçerik analizi yapılacak videonun genel bilgileri Tablo 17'de verilmiştir.

Tablo 17

Çok Şaşıracığınız Yanlışıklıkla Keşfedilmiş 5 Buluş başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri

Video İçerik Başlığı:	Çok Şaşıracığınız Yanlışıklıkla Keşfedilmiş 5 Buluş
Yüklenme Tarihi:	25 Aralık 2020 Cuma
Süresi:	12 dakika 15 saniye
İzlenme:	504.027 görüntülenme
Beğenme:	16 bin
Yorum:	1.529
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=vnzEFWdFzDo
Videonun Aylık Kazancı:	170,64 -1354,31 \$

Video İçeriğın Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video içerik, Mayer'in tasarım ilkeleri açısından analiz edildiğinde, ilkelerden yararlanıldığı, tutarlık ilkesinden ise kısmen yararlanıldığı, üretken etkinlik ve bölümlenme ilkelerinden yararlanılmadığı görülmektedir. Videonun Çoklu Ortam Tasarım İlkelerine uygunluk durumu Tablo 18'de verilmiştir.

Tablo 18

Çok Şaşıracığınız Yanlışıklıkla Keşfedilmiş 5 Buluş başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu

İlke Adı	Uygunluk Durumu
Çoklu ortam	✓
Tutarlılık	✓ X
Zamansal	✓
Uzamsal	✓
Gereksizlik	✓
Sinyal	✓
Ön Alıştırma	✓

Tablo 18 (devamı)

Çok Şaşıracığınız Yanlılıkla Keşfedilmiş 5 Buluş başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu (devamı)

Sunum Türü	✓
Bölümleme	X
Kişiselleştirme	✓
Görüntü	✓
Ses	✓
Düzenleme	✓
Üretken Etkinlik	X

Video içerikte yanlılıkla keşfedilmiş altı adet buluşun hikayesi anlatılmaktadır. Her buluşun önce gerçek görseli gösterilmekte, sonrasında ise animasyon ile hikayenin özeti anlatılmaktadır. Buluşların tarihleri yazı ile sunulmaktadır. Dolayısı ile videoda gerçek görselin yanı sıra animasyon ve yazı kullanılmakta, sesli anlatım ile de desteklenerek “çoklu ortam” ilkesinden yararlanılmaktadır.

Videoda 6 adet buluşun ismi sıra numarası ile birlikte yazı olarak sunulmaktadır. Penisilin hariç diğer dört buluşun önce gerçek olarak Basfi tarafından gösterilmekte, sonrasında ise animasyon ile buluşun hikayesi canlandırılmaktadır. Her animasyonda buluşun tarihi ve buluşu yapan kişinin ismi yazı olarak görsel ile eş zamanlı olarak ve yakın konumda sunulmaktadır. Bu bağlamda “uzamsal yakınlık” ve “zamansal yakınlık” ilkesinden yararlandığı göstermektedir. Videoda görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada yer alırken, anlatılanlar yazı halinde sunulmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden yararlandığı söylenebilir.

Video başlangıcından itibaren masa üzerinde anlatılacak olan buluşlardan, mikrodalga fırın, patates çipsi, mısır gevreği ve stres yayı bulunmaktadır. Diğer taraftan arka planın sağ üst kısmındaki kara tahta alanında dünya, üst üste iki kitap ve kitapların üzerinde gözlük çizimi ve space yazısı bulunmaktadır. Bu çizimin sol kısmında kırmızı ve mavi renkli olmak üzere Anadolu kimyagerleri adında iki kitap, alt kısmında ise net olarak okunmamakla birlikte sayı ve harflerden oluşan bir yazı bulunmaktadır. Burada arka

planda bilim ile ilgili olan fakat anlatılan buluşlarla ilgili olmayan dekoratif resimler bulunmaktadır. Dolayısı ile arka planda konuyla doğrudan bağlantısı olmayan dekoratif resimlerin bulunması “tutarlılık” ilkesine uyulmadığını göstermektedir. Diğer taraftan buluşların hikayelerinin canlandırıldığı animasyonlarda sade, ortak bir arka plan kullanılmaktadır. Patates cipsi, mısır gevreği, stres yayı buluşları anlatılırken kullanılan gerçek görseller konu ile ilgili olup, konu dışı görsel kullanılmamıştır. Videoda fon müziği çalınmakta, olay akışına uygun olarak müzik sesi yükseltip alçaltılmaktadır. Bu bağlamda fon müziği kullanımı, ilgili görsellerin gösterilmesi açısından ise “tutarlılık” ilkesine uyulduğu görülmektedir. Dolayısı ile tutarlılık ilkesinden kısmi olarak yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda Basfi buluşları anlatmaya başlamadan önce Kristof Kolomb’un Amerika kıtasını keşfettiğinin farkına varmadığından bahsederek bazı buluşların, rastgele icat edildiğini anlatmaktadır. Sonrasında ilk buluş olarak patates cipsinden olmak üzere altı adet buluş hikayesi anlatılmaktadır. Bu bağlamda ana konu olan buluşlar vurgulanarak, “ön alıştırma” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi, Amerika örneğinden sonra acayip buluşlardan bahsedeceğini söylemekte ve buluşların sunumuna başlamaktadır. Her buluş için hikayesi başlamadan önce sıra numarası ve buluşun ismi yazı kalın yazılar ile sunulmaktadır. Ayrıca buluşun tarihi ve kimin bulduğu da yine yazı olarak sunulmakta ve bu kavramlara dikkat çekilmektedir. Patates cipsi, mısır gevreği, mikrodalga fırın, postit ve stres çarkı olmak üzere beş buluş, hikayesi anlatılırken Basfi tarafından eline alınarak gösterilmektedir. Dolayısı ile “sinyal ilkesinden” yararlanıldığı görülmektedir.

Buluşların hikayeleri anlatılırken hem görsel hem de animasyondan yararlanılmaktadır. Dolayısı ile video baştan sona kesintisiz bir anlatım ve görüntü formatından oluşmaktadır. Her buluş için numaralı olarak ta bölümlere ayrılan videoda “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Videoda Basfi son buluş olan stres yayını anlatmakta, stres yayının görüntüsü gelmektedir. Sonrasında Basfi bugünkü konu olarak icatlardan bahsettiklerini söylemekte ve penisilin buluşu ile ilgili iki seçenekli bir test sorusu sormaktadır. İzleyiciyi aktif

bir eğitsel içeriğe yönelmemesi bakımından “üretken etkinlik” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video içerik boyunca anlatım ana karakter olan Basfi tarafından sözlü olarak yapılmakta, videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemektedir. Dolayısı ile “sunum türü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Basfi karakteri video boyunca yine anlatımı yapan ve bilim adamı karakterine bürünmüş bir öğretici rolündedir. Buluşları anlatırken penisilin hariç diğer beş buluşun hepsini anlatırken elline alarak göstermektedir. Patates cipsi ve mısır gevreğini anlatırken aynı zamanda birkaç tane yemekte, jest ve mimiklerini de sıkça kullanmakta, böylelikle samimi bir hava oluşturmaktadır. İzleyicilerle göz teması kuran karakter üçüncü şahıs bakış açısıyla videoya alınmaktadır. Bu bağlamda “düzenleme” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Anlatım sırasında Basfi karakteri akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmakta, izleyicilere “arkadaşlar” ifadesi ile seslenirken, dış ses ile sohbet esnasında ise “ben” ve “sen” tekil şahıslarını kullanarak konuşmaktadır. Bu bağlamda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır.

Video süresince anlatım Basfi tarafından kendi sesi ile yapılmakta, karakter samimi, bir tavır içinde bulunmaktadır. Patates cipsinin anlatıldığı esnada Basfi kasedeki cipten yemekte, bir taraftan da dış ses olan kişiye uzatmaktadır. Dış ses olan kişi ise kaseyi geri vermemekte ve burada bir şaka yapmaktadır. Aynı şekilde video sonunda Basfi herkese iyi yıl dileklerini ilettikten sonra, dış ses yeni yıl şakası yapmakta ve Basfi ile komik bir diyalog oluşturmaktadır. Şakalar esnasında Basfi'nin doğal gülme davranışlarına rastlanırken, yapay bir gülme efekti bulunmamaktadır. Dolayısı ile videoda samimi insan sesi kullanılmaktadır. Bu bağlamda “ses” ilkesinin dikkate alındığı görülmektedir.

Basfi karakteri, yine aktif sunumu yapan kişi olarak videoda yer almaktadır. Animasyon ya da görsel bölümlerde ise Basfi'nin sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim

ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda “görüntü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video Basfi'nin “Arkadaşlar bütün keşifler üzerinde günlerce, aylarca, yıllarca çalışarak yapılmıyor” cümlesi ile başlamaktadır. Sonrasında Basfi korona virüs aşısından, Amerika kıtasının keşfinden bahsetmekte sonrasında ise altı adet buluşun hikayesi anlatılmaktadır. Her buluşun ismi sıra numarası ile anlatılmadan önce yazı ile sunulmakta, sonrasında ise Basfi, Penisilin hariç diğer bütün buluşların hepsini elinde göstermektedir. Devamında animasyon ve görsellerle buluşların hikayesi canlandırılmakta, buluşun tarihi, buluşu yapan bilim adamlarının isimleri ve buluşla ilgili ayrıntılar yazı ile sunulmaktadır. Sonuncu buluş olan stres yayının anlatımından sonra Basfi bugünkü konu olarak icatlardan bahsettiklerini söylemekte ve penisilin buluşu ile ilgili iki seçenekli bir test sorusunu animasyon olarak sormaktadır. Sonrasında Basfi, yeni yıl ile ilgili dileklerini söylemekte ve izleyicilerinde yeni buluşlar keşfedebileceğini söylemektedir. Dış ses de yeni yıl ile ilgili bir şaka yapmakta ve Basfi ile dış sesin komik şakalaşma diyalogu ile video sonlanmaktadır.

Görülmektedir ki, bilimsel alanda icatlarla ilgili bir konu incelenmektedir. Videoda anlatım yöntemi kullanılmakta, sunum esnasında animasyon ve görsellere de yer verilmektedir. Diğer taraftan penisilin hariç diğer bütün buluşlar Basfi tarafından gösteri yöntemi ile gösterilmektedir. Dolayısı ile video içerikte hem teorik anlatıma yer verilmektedir. Bu bağlamda videoda sunuş yoluyla öğretim stratejisinden yararlanılmakta, öğretim tekniğı olarak ise anlatım ve gösteri yöntemi kullanılmaktadır. Videoda önce konuyla ilgili benzer örnekler verilerek dikkat çekilmekte, sonrasında buluşlar fiziksel olarak incelenmektedir. En son stres yayı incelendikten sonra, Basfi plansız olarak keşfedilmiş buluşlardan bahsettiklerini anlatmaktadır. Bu bağlamda kazanım sözlü olarak ifade edilmektedir. Ölçme değerlendirme amacıyla tek bir test sorusu sorulmaktadır. Sorunun cevabı videonun açıklamalar kısmına eklenmektedir. Video sonunda Basfi izleyicilere yeni keşiflere imza atabileceklerini söylemekte, burada izleyici bilimsel çalışmalar ve yeni icatlar yapmaları için güdülenmektedir.

Video Basfi'nin "Arkadaşlar bütün keşifler üzerinde günlerce, aylarca, yıllarca çalışarak yapılmıyor." cümlesi ile başlamakta ve korona virüs örneği ile konuya dikkat çekmektedir. Dolayısı ile videoda özel bir giriş animasyonu ya da görseli kullanılmamaktadır. Video boyunca sağ alt köşede sabit olarak Basfi Abone ol logosu bulunmaktadır.

Video kapanış ekranında ise soru animasyonundan sonra Basfi izleyicilere yeni yıl dileklerini iletmekte ve yeni keşiflere imza atabileceklerini söylemektedir. Basfi'nin "Bilimle kalın, hoşçakalın" cümlesinden sonra ise dış sesle komik bir şaka diyalogu yaşanmakta ve kapanış animasyonu gelmektedir. Animasyonda kırmızı renkli perdeden oluşan bir sahne bulunmakta, üzerinde "Eğlenerek öğrenmeye hazır mısınız?" cümlesi yazmaktadır. Bu cümlenin üzerinde sahne ışıkları süzöldükten sonra ise kırmızı perde kalkmakta ve sahnede kanalın ismi olan "Basfi İle Deneysel Bilim" yazısı sahneye gelmekte ve video sonlanmaktadır. Video bitimine kadar bitiş kartları ekranda kalmakta ve son olarak kanalın logosu ekrana gelmektedir. Video süresi ise 12 dakika 15 saniyedir.

4.1.7. "Soğuk Suya Mürekkep Damlatırsak Ne Olur? (Evde Deneyin!)" [V7] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

İçerik analizi yapılacak videonun genel bilgileri Tablo 19'da verilmiştir.

Tablo 19

Soğuk Suya Mürekkep Damlatırsak Ne Olur? (Evde Deneyin!) başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri

Video İçerik Başlığı:	Soğuk Suya Mürekkep Damlatırsak Ne Olur? (Evde Deneyin!)
Yüklenme Tarihi:	12 Haziran 2020 Cuma
Süresi:	11 dakika 42 saniye
İzlenme:	341.664 görüntülenme
Beğenme:	12 bin
Yorum:	1.092
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=FCq38QisqPo
Videonun Aylık Kazancı:	115,79-948,02 \$

Video İçeriğin Tasarım zelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video Mayer'in tasarım ilkeleri açısından analiz edildiğinde, ilkelerden yararlanıldığı, tutarlık ilkesinden kısmen yararlanıldığı, bölümlene ilkesinden ise yararlanılmadığı görülmektedir. Videonun oklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu Tablo 20'de verilmiştir.

Tablo 20

Soğuk Suya Mürekkep Damlatırsak Ne Olur? (Evde Deneyin!) başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu

İlke Adı	Uygunluk Durumu
Çoklu ortam	✓
Tutarlılık	✓ X
Zamansal	✓
Uzamsal	✓
Gereksizlik	✓
Sinyal	✓
Ön Alıştırma	✓
Sunum Türü	✓
Bölümlene	X
Kişiselleştirme	✓
Görüntü	✓
Ses	✓
Düzenleme	✓
Üretken Etkinlik	✓

Video içerikte difüzyon konusunun anlatıldığı bir kimya deneyi yapılmaktadır. Soğuk ve sıcak suya mürekkep damlatılarak deney gerçekleştirildikten sonra, konunun teorik kısmı animasyon ile özetlenmektedir. Günlük yaşamda orman yangınları ve yanardağ patlamalarının da difüzyona örnek olabileceği ise görsellerle anlatılmaktadır. Bu bağlamda gerçek uygulamanın yanı sıra animasyon da kullanılmış, çoklu ortam ilkesinden yararlanılmıştır.

Deney yapım aşamasına geçildiğinde Basfi karakteri deneyi yaparken aynı anda sözel olarak ne yaptığını anlatmaktadır. Deneyde soğuk ve sıcak suyun bulunduğu bardaklara mürekkep damlatılarak yayılma hızı gözlenmektedir. Sonrasında bu difüzyon olayı animasyon ile özetlenmektedir. Animasyon anlatımında sıcak su ve soğuk su yazıları ilgili görseller yakın konumda bulunmakta ve sözel olarak ifade edilirken eş zamanlı olarak ekranda görünmektedir. Diğer taraftan deney esnasında sıcak su ve soğuk suyun bulunduğu bardaklara yakın konumda yazılı ifadeler görünmektedir. Yine deney aşamasında sıcak su ve soğuk su bardaklara doldurulurken de yazılar yakın konumda ve sunumla eş zamanlı olarak ekranda görünmektedir. Dolayısı ile “uzamsal yakınlık” ilkesinden, yazı ve görseller ile anlatım ve görsellerin eş zamanlı sunulması ise “zamansal yakınlık” ilkesinden yararlanıldığı göstermektedir. Yine animasyonda görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada yer alırken, anlatılanlar yazı halinde sunulmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden yararlanıldığı söylenebilir.

Video başlangıcında yavru bir kedi deney masasının üzerinde yürümekte ve Basfi onu sevmektedir. Devamında Basfi deney malzemelerini saydıktan sonra animasyon eşliğinde bir arkadaşının su zannederek bilmediği bir sıvıyı içtiğinden bahsetmekte ve izleyicilere bilmedikleri sıvıları içmemeleri konusunda uyarılmaktadır. Bu bağlamda konu ile doğrudan bağlantısı olmayan durumlardan bahsedildiği için “tutarlılık” ilkesine uyulmadığı görülmektedir. Diğer taraftan video başlangıcından itibaren masa üzerinde deneyde kullanılacak olan iki adet şeffaf bardak ve gıda boyaları görünmektedir. Arka planın sağ üst kısımdaki kara tahta alanında element simgeleri, deney şişesi ve yan yana çizilmiş deney tüpleri, gezegen figürü bulunmaktadır. Bu alanın sol kısmında kırmızı ve mavi renkli Anadolu kimyagerleri adında iki kitap, alt kısmında ise net olarak okunmamakla birlikte sayı ve harflerden oluşan bir yazı bulunmaktadır. Kitabın hemen sol tarafında ise “Basfi abone ol” yazılı ışıklı bir pano bulunmaktadır. Malzemelerin sayıldığı animasyonda ise iki adet deney tüpü figürü bulunmaktadır. Diğer taraftan video boyunca olay akışına göre fon müziği çalınmakta, konu anlatımı, malzemelerin listelenmesi, deneyin yapılışı gibi durumlara uygun olacak biçimde müzik sesi yükseltip alçaltılmakta; ritmik olarak hızı ayarlanmaktadır. Bu bağlamda fon müziği kullanımı ve sadece gerekli malzemelerin ekranda görünmesi bakımından “tutarlılık” ilkesine uyulduğu görülmektedir. Fakat arka planda konuyla doğrudan bağlantısı olmayan dekoratif resim ve nesnelerin

bulunması açısından ise “tutarlılık” ilkesine uyulmadığı görülmektedir. Dolayısı ile tutarlılık ilkesinden kısmi olarak yararlandığı görülmektedir.

Basfi deney yapım aşamasında bardaklara sıcak ve soğuk su eklemektedir. Deneyin ikinci aşamasında ise suya kırmışı renkli gıda boyası damlatılmaktadır. Bu aşamalarda hangi bardakta sıcak ya da soğuk su olduğu yazı ile gösterilmektedir. Aynı zamanda yine su eklenirken de suyun sıcak ayda soğuk olduğu yazı ile belirtilmektedir. Bardaktaki sulara mürekkep damlatıldıktan sonra Basfi yayılma hızını elindeki damlalıkla göstermektedir. Dolayısı ile “sinyal ilkesinden” yararlandığı görülmektedir. Videoda difüzyon olayı teorik olarak animasyon ile özetlenmeden önce deney yapılmakta ve mürekkebin yayılma hızının gerçek bir deney ile gözlenmesi sağlanmaktadır. Bu bağlamda teorik anlatımdan önce deney ile difüzyon kavramına dikkat çekilmektedir. Bu bağlamda “ön alıştırma” ilkesinden yararlandığı görülmektedir.

Basfi deneye başlamadan önce, deneyi nasıl yapacağını açıklamaktadır. Bu sırada bu deneyi ebeveynlerinin gözetimi altında evde deneyebileceklerini söylemektedir. Deneyden sonra animasyon ile kimyasal yapısı açıklanan difüzyon olayının, günlük yaşamda kullanımına örnek verildikten sonra, konu ile ilgili iki seçenekli bir test sorusu animasyon ile sorulmaktadır. Sorunun yanıtlanması aktif bir eğitsel etkinlik olarak değerlendirilmemekte, deneyin evde yapılmasının önerilmesi ise “üretken etkinlik” ilkesinden yararlandığı görülmektedir. Video bir kedinin deney masası üzerinde yürümesi ile başlamakta, sonra malzeme listesinin sayıldığı animasyon ile devam etmektedir. Sonrasında Basfi karakteri tarafından deney yapılmakta ve deneydeki difüzyon olayını yine animasyon ile özetlemektedir. Dolayısı ile video baştan sona kesintisiz bir anlatım ve görüntü formatından oluşmaktadır. Bu bağlamda “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video içerik boyunca anlatım ana karakter olan Basfi tarafından sözlü olarak yapılmakta, videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemektedir. Dolayısı ile “sunum türü” ilkesinden yararlandığı görülmektedir.

Basfi karakteri video boyunca yine anlatımı yapan ve deneyleri gerçekleştiren bilim adamı karakterine bürünmüş bir öğretici rolündedir. Deney yapım aşamasında iki ayrı

bardaktaki sıcak ve soğuk suya mürekkep damlatmakta, deneyin diğer aşamasında ise suya kırmızı renkli gıda boyası eklemektedir. Deneyi anlatırken jest ve mimiklerini de sıkça kullanan Basfi, izleyicilerle göz teması kurmakta ve üçüncü şahıs bakış açısıyla videoya alınmaktadır. Bu bağlamda “düzenleme” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Anlatım sırasında Basfi karakteri akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmakta, izleyicilere “arkadaşlar” ifadesi ile seslenirken, dış ses ile sohbet esnasında ise “ben” ve “sen” tekil şahıslarını kullanarak konuşmaktadır. Bu bağlamda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır.

Video boyunca anlatım Basfi tarafından kendi sesi ile yapılmakta, karakter samimi, bir tavır içinde bulunmaktadır. Video başlangıcında yavru bir kedi masa üzerinde yürümekte ve Basfi kediye severek, bir yandan da şaka yapmaktadır. Diğer taraftan izleyicileri bilmedikleri sıvıyı içmemeleri konusunda uyarırken yandan dış ses ile konuşmaktadır. Yine bu uyarı esnasında Basfi cümlesindeki kelime tekrarı hatasını şakaya çevirmekte, ekrandaki görsel ile de bu şaka desteklenmektedir. Şakalar esnasında Basfi'nin doğal gülme davranışlarına rastlanırken, yapay bir gülme efekti bulunmamaktadır. Dolayısı ile videoda samimi insan sesi kullanılmaktadır. Bu bağlamda “ses” ilkesinin dikkate alındığı görülmektedir.

Basfi karakteri, yine aktif sunumu yapan kişi olarak videoda yer almaktadır. Animasyon ya da görsel bölümlerde ise Basfi'nin sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda “görüntü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video İçeriğın Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video yavru bir kedinin deney masası üzerinde yürümesi ile dikkat çekici bir şekilde başlamakta, Basfi kediye severek şaka yaptıktan sonra, deney malzemeleri animasyon ile listelenmektedir. Sonrasında Basfi izleyicileri bilmedikleri sıvıları içmemeleri konusunda uyarmakta ve bu konu ile ilgili örnek bir olayı animasyon ile anlatarak sosyal mesaj vermektedir. Devamında deney yapım aşamasına geçen Basfi, bardaklara mürekkep damlatarak yayılma olayından bahsetmektedir. Sonrasında ise

animasyonla difüzyon olayı özetlenmekte ve gıda boyası ile bir deney daha yapılmaktadır. Sonrasında Basfi konu ile ilgili iki seçenekli bir test sorusu sormaktadır. Sorudan sonra difüzyon olayına günlük hayattan örnekler, görsel ve video kesitleri ile açıklanmaktadır. Basfi izleyicilerden sorunun cevabını yorumlara yazmalarını istemekte, sonrasında bitiş animasyonu gelmektedir. Bitiş animasyonundan sonra ise kısa bir kamera arkası görüntüsü ile video sonlanmaktadır.

Videoda fen bilimleri alanından kimya ile ilgili bir konu incelenmektedir. Videoda incelenen maddenin özellikleri, hangi kimyasal durum sebebi ile bu özelliklere sahip olduğu ve kimya ile ilgili bu kavramsal bilginin günlük yaşamımızda nerelerde kullanılabileceği anlatım yöntemi ile sunulmaktadır. Sunum esnasında animasyon ve görsellere de yer verilmektedir. Diğer taraftan maddenin kimyasal yapısının incelenmesi ise deney yapılarak uygulamalı olarak gösterilmektedir. Dolayısı ile video içerikte hem teorik hem de uygulamalı anlatıma yer verilmektedir. Bu bağlamda videoda sunuş yoluyla öğretim stratejisinden yararlanılmakta, öğretim tekniği olarak ise anlatım ve gösteri yöntemi kullanılmaktadır. Anlatım yöntemi kullanılırken, konu hakkında dikkat çekme ve merak uyandırma, günlük yaşamadan örnek verme ve somutlaştırma öğelerinden yararlanılmaktadır. Videoda önce konuya dikkat çekilmekte, ardından deney yapılmakta, günlük yaşamda kullanım alanlarının sunulmasından sonra kazanım sözlü olarak ifade edilmektedir. Ölçme değerlendirme amacıyla tek bir test sorusu sorulmaktadır. Sorunun cevabı videonun açıklamalar kısmına eklenmektedir. Bu bağlamda kısıtlı bir ölçme yapılırken, izleyicilerden cevabı yorumlara yazmalarının istenmesi ise etkileşimi ve izleyicinin aktif olmasını sağlamaktadır.

Video yavru bir kedinin deney masası üzerinde yürümesi ile başlamaktadır. Dolayısı ile videoda özel bir giriş animasyonu ya da görseli kullanılmamaktadır. Video boyunca sağ alt köşede sabit olarak Basfi Abone ol logosu bulunmaktadır. Video başlangıcından 8 saniye sonra şekilde de görüldüğü üzere sol alt köşede abone ol butonunun gösterildiği küçük animasyon görünmektedir.

Video kapanış ekranında ise soru animasyonundan sonra Basfi izleyicilerden sorunun cevabını yorumlara yazmalarını istemekte, sonrasında difüzyon olayının günlük hayatta karşılaşıldığı yerlere örnek vermektedir. Devamında “Bilimle kalın, hoşçakalın”

cümlesini söylemektedir. Sonrasında ise kapanış animasyonu gelmektedir. Animasyonda kırmızı renkli perdeden oluşan bir sahne bulunmakta, üzerinde “Eğlenerek öğrenmeye hazır mısınız?” cümlesi yazmaktadır. Bu cümlenin üzerinde sahne ışıkları süzöldükten sonra ise kırmızı perde kalkmakta ve sahnede kanalın ismi olan “Basfi ile Deneysel Bilim” yazısı sahneye gelmektedir.

Bitiş animasyonundan sonra ise şekilde göröldüğü üzere kamera arkasından 13 saniyelik bir kesit gri tonlama ile yayınlanmaktadır. Burada Basfi'nin videoya eğlenceli bir biçimde giriş yaparken çekilen kamera arkası görüntüsü yayınlanmaktadır. Kamera arkası görüntüsü olarak yayınlanan bu bölüm samimi bir ortam oluşturmakta, izleyicinin gülererek videoyu bitirmesi sağlanmaktadır. Dolayısı ile bu durum izleyicinin güdülenmesini sağlamaktadır. Kamera arkası görüntülerinin sonunda ise yine bitiş kartlarına ve kanalın logosuna yer verilmektedir. Video süresi ise 11 dakika 42 saniyedir.

4.1.8 “Kot Pantolonlar Neden Mavidir?” [V8] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

İçerik analizi yapılacak “Kot Pantolonlar Neden Mavidir?” başlıklı videonun genel bilgileri Tablo 21’de verilmiştir.

Tablo 21

Kot Pantolonlar Neden Mavidir? başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri

Video İçerik Başlığı:	Kot Pantolonlar Neden Mavidir?
Yüklenme Tarihi:	28 Eylül 2017 Perşembe
Süresi:	03 dakika 50 saniye
İzlenme:	1.066.696 görüntülenme
Beğenme:	8.800
Yorum:	1.361
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=Drq5yI8Rkc4
Videonun Aylık Kazancı:	360,92-2911,77 \$

Video İçeriğin Tasarım zelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video içerik Mayer'in tasarım ilkeleri açısından analiz edildiğinde, tüm ilkelerden yararlanıldığı, bölümlene ve üretken etkinlik ilkelerinden yararlanılmadığı görülmektedir. Düzenleme ilkesi ise değerlendirmeye alınmamıştır. Videonun oklu ortam tasarımı ilkelerine uygunluk durumu Tablo 22'de verilmiştir.

Tablo 22

“Kot Pantolonlar Neden Mavidir?” başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu

İlke Adı	Uygunluk Durumu
Çoklu ortam	✓
Tutarlılık	✓
Zamansal	✓
Uzamsal	✓
Gereksizlik	✓
Sinyal	✓
n Alıştırma	✓
Sunum Türü	✓
Bölümlene	X
Kişiselleştirme	✓
Görüntü	✓
Ses	✓
Düzenleme	Değerlendirilmedi
retken Etkinlik	X

Video içerikte kot pantolonların mavi renge boyanma sürecinden ve mavi boyanın oluŐumunun kimyasal boyutundan bahsedilmektedir. Videoda mavi rengin oluŐumu için kullanılan bitkiler anlatılırken bitkilerin görselleri ve isimleri birbirine yakın konumda ve eş zamanlı olarak ekranda görünmektedir. Yine asit yıkama yöntemi anlatılırken kimyasal reaksiyona giren malzemelerin isimleri ve görselleri yakın konumda ve eş zamanlı olarak

ekranda görünmektedir. Dolayısı ile ilgili yazı ve görsellerin yakın konumda sunulması “uzamsal yakınlık” ilkesinden, eş zamanlı sunulması ise “zamansal yakınlık” ilkesinden yararlanıldığı göstermektedir. Bir animasyon videosu olan bu içerikte görsel, yazı ve ses birlikte kullanıldığından “çoklu ortam” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video Yine animasyonda görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada yer alırken, anlatılanlar yazı halinde sunulmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden yararlanıldığı söylenebilir.

Video boyunca olay akışına göre fon müziği çalınmaktadır. Başlangıç, bitiş, sözel anlatımın olmadığı anlarda müzik sesi yükseltilmekte, diğer durumlarda daha kısık çalmakta ve konuyla uyumlu bir akış oluşturmaktadır. Diğer taraftan video da kullanılan görseller konu ile ilgili olup, konu dışı bir görsele yer verilmemektedir.

Başlıkların yazıldığı bölümlerde sade ve tek renk arka plan kullanılmaktadır. Yazılar ise konuya uygun olarak renklendirilmiştir. Dolayısı ile “tutarlılık” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda Newton’un gökkuşağındaki renkleri isimlendirirken, mavi renk için indigo blue isimlendirmesini kullandığı anlatılmaktadır. Görsel de bu renk siyah ok ile işaretlenerek gösterilmekte ve dikkat çekilmektedir. Yine kot pantolonun keşfedildiği yıl açıklanırken, siyah ok ile işaretlenmektedir. Dolayısı ile “sinyal ilkesinden” yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda Newton’un gökkuşağındaki renkleri isimlendirirken, mavi renk için indigo blue isimlendirmesini kullandığı anlatılmaktadır. Görsel de bu renk siyah ok ile işaretlenerek gösterilmekte ve dikkat çekilmektedir. Yine kot pantolonun keşfedildiği yıl açıklanırken, siyah ok ile işaretlenmektedir. Dolayısı ile “sinyal ilkesinden” yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda kot pantolonun neden mavi olduğu doğrudan açıklanmak yerine, önce tarihte mavi rengin kullanımından bahsedilmekte, Newton’un mavi rengi nasıl isimlendirdiğinden bahsedilerek konuya bağlantı kurulmaktadır. Diğе tarftan indigo mavisi

olarak ana kavram sık sık vurgulanmaktadır. Bu bağlamda “ön alıştırma” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video bir animasyon videosu olup, konu ile ilgili resimlerin hareketlendirilmesi ve animasyon kesitlerinden oluşmaktadır. Video boyunca bütün bir anlatım yerine, sözel anlatım ve başlık yazıları ile ayrılan olay örgüsü dikkat çekmektedir. Konu sadece görseller ile anlatılmamakta, asit yıkama olayı gibi teorik kısım animasyon ile canlandırılmaktadır. Dolayısı ile video baştan sona kesintisiz bir anlatım ve görüntü formatından oluşmaktadır. Bu bağlamda “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video sonunda anlatıcı Basfi'nin bu hafta laboratuarda mavi renkli bir deney yapacağını, Basfi'yi beklemelerini söylemektedir. Anlatıcı burada izleyiciyi gelecek olan deney videosunu kaçırmamaları için yönlendirmektedir. Dolayısı ile izleyici için çok aktif bir etkinlik olmamakla birlikte, diğer videoyu izlemeleri önerilmektedir. Bu bağlamda “üretken etkinlik” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video içerik boyunca anlatım, ünlü YouTuber Barış Özcan tarafından sözlü olarak yapılmaktadır. Videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemektedir. Dolayısı ile “sunum türü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda anlatıcı akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmaktadır. “Biz” ve “siz” şahısları ile yapılan anlatımda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır. Videoda anlatım samimi insan sesi ile yapılmakta, makine sesi kullanılmamaktadır. Anlatım esnasında anlatıcının sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda “görüntü” ve “ses” ilkelerinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video animasyon videosu olması sebebi ile görsel olarak aktif bir anlatıcı ya da öğretici yoktur. Dolayısı ile “düzenleme ilkesi” incelenmemiştir.

Video İçeriğın Program gelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video “Kot pantolonlar neden mavidir?” sorusu ile başlamaktadır. Videoda doğrudan bir kazanım sunumu yapılmamakta, videodan öğrenilecek konu soru cümlesi ile dolaylı olarak vurgulanmaktadır.

Videoda mavi rengin kullanımının tarihteki yerinden, bu rengin Newton tarafından neden ve nasıl isimlendirildiğinden, ilk kot pantolonun üretiminden bahsedilerek konuya giriş yapılmaktadır. Sonrasında kot pantolonların mavi renge boyanmasındaki kimyasal reaksiyon, animasyon ile açıklanmaktadır. “Asit yıkama” olarak isimlendirilen bu kavram ile aslında kimyanın günlük yaşamımızda nasıl kullanıldığı vurgulanmaktadır. Diğer bir deyişle belki her gün karşılaştığımız sıradan bir kıyafet olan kot pantolonların bile yapımında kimyasal reaksiyonların olduğu vurgulanmaktadır. Dolayısı ile animasyon ile somutlaştırma yapılırken, anlatılan konu üzerinden günlük yaşamla bağlantı kurulmaktadır. Böylelikle izleyicinin dikkati de çekilmektedir. Bu bağlamda videoda sunuş yoluyla öğretim stratejisinden yararlanılmakta, öğretim tekniğı olarak ise anlatım yöntemi kullanılmaktadır. Anlatım yöntemi fotoğraf, ses ve animasyon öğeleri ile zenginleştirilmektedir. Video boyunca kullanılan fon müziğı, akıcılığı sağlamakta, anlatımı bir hikaye haline getirmektedir. Bu videoda farklı olarak sunumu yapan ünlü YouTuber Barış Özcan da bilgilendirici içeriklerle tanınmaktadır. Burada Youtube’u eğitici amaçla da kullanan hedef kitleye hitap edildiğı söylenebilir. Bu sebeple anlatıcı sesi olarak Barış Özcan’ın sesinin kullanılmasının izleyici açısından dikkat çekici ve güdüleyici olduğu düşünülmektedir.

Video içerikte konuyla ilgili Basfi’nin yapacağı bir deneyden bahsedilerek, diğer video için izleyiciler yönlendirilmektedir. Fakat herhangi bir ölçme değerlendirme ögesi bulunmamaktadır.

Video mavi renkli arka plan üzerine ışıklı pano şeklinde kanalın adı olan “Basfi ile deneysel bilim” yazısı ile başlamaktadır. Hareketli fon müziğı eşliğinde aynı arka plan üzerine videonun konusu olan “Kot pantolonlar neden mavidir?” cümlesi ile video devam etmektedir. Dolayısı ile videoda özel bir giriş görseli kullanılmaktadır. Video boyunca sağ alt köşede sabit olarak Basfi Abone ol logosu bulunmaktadır.

Video kapanış ekranında ise yine aynı mavi renkli arkaplan üzerine ışıklı pano şeklinde kanalın adı olan "Basfi ile deneysel bilim" yazısı gelmektedir. Sonrasında bitiş kartları ve kanalın logosu görünmekte, bu esnada anlatıcı ise Basfi'nin mavi renkli bir deney yapacağını söylemekte ve "Benden duymuş olmayın" cümlesi ile video bitmektedir. Dolayısı ile videoda bitiş için özel bir görsel kullanılmaktadır. Video süresi ise 3.50 dakikadır.

4.1.9. "Madeni Paralar Neden Yuvarlak?" [V9] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

İçerik analizi yapılacak videonun genel bilgileri Tablo 23'te verilmiştir.

Tablo 23

Madeni Paralar Neden Yuvarlak? başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri

Video İçerik Başlığı:	Madeni Paralar Neden Yuvarlak?
Yüklenme Tarihi:	05 Aralık 2017 Salı
Süresi:	02 dakika 56 saniye
İzlenme:	908.098 görüntülenme
Beğenme:	6,9 bin
Yorum:	225
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=aHIGkp5_i3I
Videonun Aylık Kazancı:	307,43-2437,76 \$

Video İçeriğinin Tasarım Özelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video Mayer'in tasarım ilkeleri açısından analiz edildiğinde, tüm ilkelerden yararlandığı, üretken etkinlik ve bölümlenme ilkelerinden yararlanılmadığı, gereksizlik ilkelerinden ise kısmen yararlandığı görülmektedir. Düzenleme ilkesi ise değerlendirmeye alınmamıştır. Videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu Tablo 24'te verilmiştir.

Tablo 24

Madeni Paralar Neden Yuvarlak? başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu

İlke Adı	Uygunluk Durumu
Çoklu ortam	✓
Tutarlılık	✓
Zamansal	✓
Uzamsal	✓
Gereksizlik	✓ X
Sinyal	✓
Ön Alıştırma	✓
Sunum Türü	✓
Bölümleme	X
Kişiselleştirme	✓
Görüntü	✓
Ses	✓
Düzenleme	Değerlendirilmedi
Üretken Etkinlik	X

Madeni paranın tarihsel sürecinden ve yapısındaki elementlerden bahsedilen bu içerik bir animasyon videosudur. Videoda ses, yazı ve görsel bir arada kullanılmakta, dolayısı ile “çoklu ortam” ilkesinden yararlanılmaktadır.

Videoda madeni paraların tarihte ve günümüzde yapıldığı elementler anlatılırken yazılar görsel ile yakın konumda durmaktadır. Diğer taraftan madeni paralarla ilgili fikirlerinden bahsedilen Newton anlatılırken de yine görsel ile yazılı ifadeler yakın konumda görünmektedir. Dolayısı ile ilgili yazı ve görsellerin yakın konumda sunulması “uzamsal yakınlık” ilkesinden yararlanıldığını göstermektedir.

Videoda madeni paraların kenarlarına çekiçle şekil verildiği anlatılırken, sunumla eş zamanlı olarak görsel ekranda görülmektedir. Yine dolandırıcıların madeni paraların etrafından gümüş parça koparıldığı anlatılırken yine sunumla eş zamanlı olarak görsel ekranda görülmektedir. Videonun devamında madeni paraların belirli bir formu olmadığı,

yeni tırtıklı para formu anlatılırken yine görsel ile eş zamanlı sunum yapılmaktadır. Bu bağlamda videonun tamamı için “zamansal yakınlık” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada yer alırken, genel olarak anlatılanlar yazı halinde sunulmamaktadır. Fakat Newton’un yaptığı klasik mekaniğin temellerini oluşturan hareket yasaları ile ilgili çalışmaları anlatılırken sunumu tekrar eden yazılar ekranda görülmektedir. Burada ise “gereksizlik” ilkesine uyulmadığı görülmektedir. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden kısmen yararlanıldığı söylenebilir.

Video olay akışına uygun bir fon müziği başlamaktadır. Başlangıç, bitiş, sözel anlatımın olmadığı anlarda müzik sesi yükseltilmekte, diğer durumlarda daha kısık çalmakta ve konuyla uyumlu bir akış oluşturmaktadır.

Video başlangıcında beğendiğimiz bir şeyi parayla satın almaktan, eskiden bunu takas ile yaptığımızdan bahsedilirken arka plan resmi bir alışveriş ortamını yansıtırken, alışveriş olayını anlatırken, alışveriş çantaları gösterilerek, konuya uygun görseller kullanılmaktadır. Videoda paranın yapımında kullanılan elementler ve paranın yapım süreci anlatılırken ise daha sade arka planlar kullanılmaktadır. Video sonunda Newton’u bu yönüyle tanımanın ilginç olduğu anlatılırken ise, Newton’un bilimsel çalışmaları ile ilgili formül ve çizimlerden oluşan arka plan kullanılmaktadır. Dolayısı ile olay akışına uygun görsel ve arka planlar kullanılmaktadır. Diğer taraftan video da kullanılan görseller konu ile ilgili olup, konu dışı bir görsele yer verilmemektedir. Bu bağlamda “tutarlılık” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda Lidyalıların parayı icat ettiği tarih olan M.Ö. VII. yy. tarihi sağ üst köşede, yeni para tasarımı anlatılana kadar durmakta, böylelikle bu bilgi vurgulanarak dikkat çekilmektedir. Madeni paranın tarih içerisindeki üretim sürecinden bahsederken, yuvarlak formda olmaları, farklı madenlerden yapılmaları, farklı ülkelerde yapılmaları dolgu yazı ile yazılarak vurgulanmaktadır. Dolayısı ile “sinyal ilkesinden” yararlanıldığı görülmektedir.

Videoya “Çok beğendiğiniz bir şeye sahip olmak için onu parayla satın alıyorsunuz değil mi?” cümlesi ile başlanmaktadır. Devamında takas olayı ve madeni paralara geçiş anlatılmaktadır. Devamında Lidyalıların parayı bulmalarından bahsedilirken karikatür ile yine para kavramı vurgulanarak, paranın yapım sürecine geçilmektedir. Bu bağlamda “ön alıştırma” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video bir animasyon videosu olup, konu ile ilgili resimlerin hareketlendirilmesinden oluşmaktadır. Video boyunca bütün bir anlatım yerine, farklı görseller, arka planlar, sözel anlatım ile ayrılan olay örgüsü dikkat çekmektedir. Olay akışına göre farklı arka planlar kullanılmakta, Newton tarafından madeni paranın özelliklerinin belirlenmesi, yapımda kullanılacak olan elementler gibi teorik kısımlar yazılar ile desteklenmektedir. Dolayısı ile aynı görsel ve arka planla bütüncül bir anlatım görüntülenmekte; “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video sonunda Basfi Newton’u bu yönüyle tanımanın yeterli olmadığından, izleyicilere onun hareket yasalarından bahsetmek istediğini, bunun için ise Cuma günkü deneyi beklemelerini söylemektedir. Dolayısı ile izleyici için çok aktif bir eğitici etkinliğe yöneltilmemektedir. Bu bağlamda “üretken etkinlik” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video içerik boyunca anlatım, Basfi karakterinin sesi ile sözlü olarak yapılmaktadır. Videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemektedir. Dolayısı ile “sunum türü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda anlatıcı akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmaktadır. “Biz” ve “siz” şahısları ile yapılan anlatımda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır. Videoda anlatım samimi insan sesi ile yapılmakta, makine sesi kullanılmamaktadır. Anlatım esnasında anlatıcının sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda “görüntü” ve “ses” ilkelerinden yararlanıldığı görülmektedir.

Video animasyon videosu olması sebebi ile görsel olarak aktif bir anlatıcı ya da öğretici yoktur. Dolayısı ile “düzenleme ilkesi” incelenmemiştir.

Video İçeriğin Program gelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video ‘‘ok beğendiğiniz bir Şeye sahip olmak için onu parayla satın alıyorsunuz değil mi? sorusu ile başlamaktadır. Videoda doğrudan bir kazanım sunumu yapılmamakta, videodan renilecek konu soru cümlesini dolaylı olarak vurgulanmaktadır.

Videoda fizik alanındaki çalışmaları ile tanınan Newton’un madeni paralarla ilgili de önemli çalışmaları olduğu vurgulanarak bilmediğimiz bir özelliği tanıtılmaktadır. Diğer taraftan madeni paraların yapımında kullanılan elementlerden bahsedilerek kimya ile ilgili ögelere de yer verilmiştir.

Videoda tarihteki takas olayından, paranın bulunuuŐu ve madeni paraların üretiminde bahsedilerek konuya giriş yapılmaktadır. Sonrasında madeni paraların tek bir standartta olmamasının getirdiği problemler anlatılarak, Newton’un madeni para ile ilgili yaptığı düzenlemeler vurgulanmaktadır. Devamında madeni paraların yapımında kullanılan elementlerden bahsedilerek kimyanın bilgisinin günlük yaŐamada karşılaştığımız durumlarla ie içe olması dolaylı olarak vurgulanmaktadır. Diğer taraftan Newton’un hareket yasaları ile tanıdığımız yönünden farklı alanlarda da çalışmaları olduğu bahsedilerek, bilim adamları hakkında merak uyandırılmaktadır. Video sonunda Basfi Newton’u bu yönüyle tanımanın yeterli olmadığından, izleyicilere onun hareket yasalarından bahsetmek istediğini, bunun için ise Cuma günkü deneyi beklemelelerini söyleyerek, izleyicilerde hem merak uyandırmakta, hem de deney videosu için güdülemektedir. Videoda görseller ile somutlaştırma yapılırken, kimyanın ve bilimsel çalışmaların her alanda ve tarihteki olaylarda da önemli etkisi olduğu dolaylı olarak vurgulanmaktadır. Bu bağlamda videoda sunuş yoluyla ğretim stratejisinden yararlanılmakta, ğretim tekniği olarak ise anlatım yöntemi kullanılmaktadır. Anlatım yöntemi fotoğraf, ses ve animasyon ögeleri ile zenginleştirilmektedir. Video boyunca kullanılan fon müziği, akıcılığı sağlamakta, anlatımı bir hikaye haline getirmektedir.

Video içerikte konuyla ilgili Basfi’nin Newton’un hareket yasaları ile ilgili cuma günü yapacağı deneyden bahsedilerek, ilgili video için izleyiciler yönlendirilmektedir. Fakat herhangi bir lme değerlendirme ögesi bulunmamaktadır.

Video alışveriş ortamını canlandıran bir arka plan üzerinde, ışıklı pano şeklinde kanalın adı olan "Basfi ile deneysel bilim" yazısı ile başlamaktadır. Hareketli fon müziği eşliğinde aynı arka plan üzerine videonun konusu ile ilgili olan alışveriş görselleri ile video devam etmektedir. Dolayısı ile videoda özel bir giriş görseli kullanılmaktadır. Video boyunca sağ alt köşede sabit olarak Basfi Abone ol logosu bulunmaktadır.

Video kapanış ekranında ise başlangıçtakinden farklı bir arka plan kullanılmaktadır. Video sonunda Newton'u tanımaktan bahsetmekte ve burada Newton'un bilimsel çalışmaları ile ilgili formül ve çizimlerden oluşan farklı bir arka plan kullanılmaktadır. Burada Basfi izleyicilere Newton'un hareket yasaları ile deney videosu için Cuma gününü beklemelerini söylemektedir. Sonrasında bu arka plan üzerine ışıklı pano şeklinde kanalın adı olan "Basfi ile deneysel bilim" yazısı gelmektedir. Sonrasında bitiş kartları ve kanalın logosu görünerek video sonlanmaktadır. Video süresi ise 2 dakika 56 saniyedir.

4.1.10. "Neden Niagara Şelalesi Önünde Nikola Tesla Heykeli Var?" [V10] Başlıklı Videonun Tasarım Özellikleri ve Program Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

İçerik analizi yapılacak videonun genel bilgileri Tablo 25'te verilmiştir.

Tablo 25

Neden Niagara Şelalesi Önünde Nikola Tesla Heykeli Var? başlıklı videoya ait YouTube arayüz bilgileri

Video İçerik Başlığı:	Neden Niagara Şelalesi Önünde Nikola Tesla Heykeli Var?
Yüklenme Tarihi:	25 Ekim 2017 Çarşamba
Süresi:	03.00 dakika
İzlenme:	725.650 görüntülenme
Beğenme:	4,7 bin
Yorum:	154
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=spXzXehEmn4
Videonun Aylık Kazancı:	245,81-1963,75 \$

Video İçeriğin Tasarım zelliklerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video içerik Mayer'in tasarım ilkeleri açısından analiz edildiğinde, tüm ilkelerden yararlanıldığı, blmlem ve üretken etkinlik ilkesinden ise yararlanılmadığı görülmektedir. Düzenleme ilkesi ise değerlendirmeye alınmamıştır. Videonun oklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu Tablo 26'da verilmiştir.

Tablo 26

Neden Niagara Şelalesi nnde Nikola Tesla Heykeli Var? başlıklı videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uygunluk durumu

İlke Adı	Uygunluk Durumu
Çoklu ortam	✓
Tutarlılık	✓
Zamansal	✓
Uzamsal	✓
Gereksizlik	✓
Sinyal	✓
n Alıştırma	✓
Sunum Türü	✓
Bölümleme	X
Kişiselleştirme	✓
Görüntü	✓
Ses	✓
Düzenleme	Değerlendirilmedi
retken Etkinlik	X

Video içerikte Niagara Şelalesinin gücünden elektrik üreten Nicola Tesla'dan bahsedilmektedir. Videoda niagara Şelalesi'nin nerede olduğundan ve özelliklerinden bahsedilirken, Şelalenin haritası görsel olarak sunulmakta, yer isimleri ve sayısal veriler yazı ile belirtilmektedir. Bunu yanı sıra elektrik akımına benzetilen beyaz renkli görsel

efektler kullanılmaktadır. Dolayısı ile fon müziği eşliğinde sözel sunum ile desteklenen animasyon videosunda “çoklu ortam” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda Niagara Şelalesi'nin harita görselinde yer isimlerine ait yazılar ilgili konuma yakın yazılmaktadır. Diğer taraftan şelaleden yarım saatte 168.000 m³ su aktığı anlatılmakta, burada ise saat simgesi ve akış miktarı yan yana yazılmaktadır. Harita üzerine eklenen yazılar, görsel ve sunumla eş zamanlı olarak ekranda görünmektedir. Dolayısı ile ilgili yazı ve görsellerin yakın konumda sunulması “uzamsal yakınlık” ilkesinden, eş zamanlı sunulması ise “zamansal yakınlık” ilkesinden yararlanıldığı göstermektedir.

Videoda görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada yer alırken, anlatılanlar yazı halinde sunulmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesinden yararlanıldığı söylenebilir.

Video siyah arka plan üzerine beyaz şimşekler çakarak başlamaktadır. Bu esnada elektrik cızırtısı şeklinde ses efekti yapılmakta ve sonrasında konu anlatımı ile birlikte hareketli bir fon müziğe geçilmektedir. Şelalenin harita üzerindeki gösterimi sırasında ise elektrik akımını anımsatacak beyaz renkli görsel efektler kullanılmaktadır.

Tesla'nın elektriği kablosu iletme hayali anlatılırken, büyük elektrik trafosu resmi görünmektedir. Tesla'nın elektriğin mucidi olduğu anlatılırken ise büyük bir ampul ve yanında çok sayıda küçük ampul görseli görünmektedir. Bu bağlamda video da kullanılan görseller konu ile ilgili olup, konu dışı bir görsele yer verilmemektedir. Diğer taraftan videonun konusu olan elektrik üretimine uygun bir arka plan, ses efekti, görsel efekt ve fon müziği sunulmaktadır. Dolayısı ile “tutarlılık” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda Niagara şelalesinin nerede olduğundan bahsedilerek konuya giriş yapılmaktadır. Sonrasında Şelalenin önündeki Nicola Tesla heykelinden bahsedilerek ana kavram olan elektrik üretimi konusuna bağlantı yapılmaktadır. Nicola Tesla tanıtılırken, onun kablosuz elektrik üretme hayali de tanıtılmakta ve sonrasında Niagara şelalesinin gücü ile elektrik ürettiği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda “ön alıştırma” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Niagara Şelalesi'nin nerede olduğundan ve özelliklerinden bahsedilirken, şelalenin haritası görsel olarak sunulmakta, yer isimleri siyah ok ile gösterilmektedir. Nicola Tesla'nın hayatından bahsedilirken doğum tarihi olan 1856 yılı büyük ve tek olarak turuncu bir arka plan üzerinde sunulmaktadır. Dolayısı ile anahtar kavramlar görsel efektlerle vurgulanmakta, “sinyal ilkesinden” yararlanıldığı görülmektedir.

Video bir animasyon videosu olup, konu ile ilgili resimlerin hareketlendirilmesi ve video kesitlerinden oluşmaktadır. Video boyunca bütün bir anlatım yerine, sözel anlatım ve başlık yazıları ile ayrılan olay örgüsü dikkat çekmektedir. Olay akışına göre farklı arka planlar kullanılmakta, Niagara Şelalesindeki yer isimleri, Nicola Tesla'nın ve annesinin sözleri yazılar ile desteklenmektedir. Dolayısı ile aynı görsel ve arka planla uyumlu bütüncül bir anlatım görüntülenmekte; “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video sonunda Basfi Nicola Tesla'nın kablosuz elektrik üretme hayalinden bahsetmek istediğini, bunun için ise Cuma günkü deneyi beklemelerini söylemektedir. Dolayısı ile izleyicilere diğer videoyu izlemeleri önerilmektedir. İzleyici aktif bir eğitsel etkinliğe yöneltilmemektedir. Bu bağlamda “üretken etkinlik” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir.

Video içerik boyunca anlatım, Basfi karakterinin sesi ile sözlü olarak yapılmaktadır. Videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemektedir. Dolayısı ile “sunum türü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir.

Videoda anlatıcı akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmaktadır. “Biz” ve “siz” şahısları ile yapılan anlatımda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır. Videoda anlatım samimi insan sesi ile yapılmakta, makine sesi kullanılmamaktadır. Anlatım esnasında anlatıcının sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda “görüntü” ve “ses” ilkelerinden yararlanıldığı görülmektedir. Video animasyon videosu olması sebebi ile görsel olarak aktif bir anlatıcı ya da öğretici yoktur. Dolayısı ile “düzenleme ilkesi” incelenmemiştir.

Video İçeriğın Program gelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Video giriş logosundan sonra hareketli bir fon müzik eşliğinde Niagara Şelalesinin nerede olduğu anlatılarak başlamaktadır. Şelalenin özellikleri anlatıldıktan sonra, “Şelalenin önünde duran Nicola Tesla heykelinden haberiniz var mı?” sorusu ile heykelin kime ait olduğu ve orada neden bulunduğuna dikkat çekilmektedir. Sonrasında Nicola Tesla’nın hayatından doğum tarihinden, niagara şelalesinin gücü ile elektrik üretmesinden, bunun yanı sıra kablosuz elektrik üretme hayalinden bahsedilmektedir. Şelaleden üretilen elektriğın günümüzde hala Amerika ve Kanada’nın elektrik ihtiyacını karşıladığı; Tesla’nın icatlarının günümüzde de yararlanıldığı anlatılmaktadır. Sonrasında şelalenin Tesla’nın anısına saygı duyarak aktığından bahsedilmektedir. Video sonunda ise Basfi Nicola Tesla’nın kablosuz elektrik üretme hayalinden bahsetmek istediğini, bunun için ise Cuma günkü deneyi beklmelerini söylemektedir.

Videoda doğrudan bir kazanım sunumu yapılmamakta, videodan öğrenilecek konu “Şelalenin önünde duran Nicola Tesla heykelinden haberiniz var mı?” soru cümlesi ile dolaylı olarak vurgulanmaktadır. Burada izleyicinin dikkati çekilmektedir. Videoda elektriğın mucidi olan Nicola Tesla’yı tanıtmak ve şelaleden elektrik ürettiğini anlatmak ana temayı oluşturmaktadır. Dolayısı ile bilim adamının hayatı ve yaptığı çalışmalar hakkında merak uyandırmak amacı ile yapılan videoda, fizik alanından bir konu incelenmektedir. Elektriğın icadı ve üretimi üzerinde durulan videoda, sunuş yoluyla öğretim stratejisinden yararlanılmakta, öğretim tekniği olarak ise anlatım yöntemi kullanılmaktadır. Anlatım yöntemi fotoğraf, ses ve animasyon öğeleri ile zenginleştirilmektedir. Video boyunca kullanılan fon müziği, akıcılığı sağlamakta, anlatımı bir hikaye haline getirmektedir.

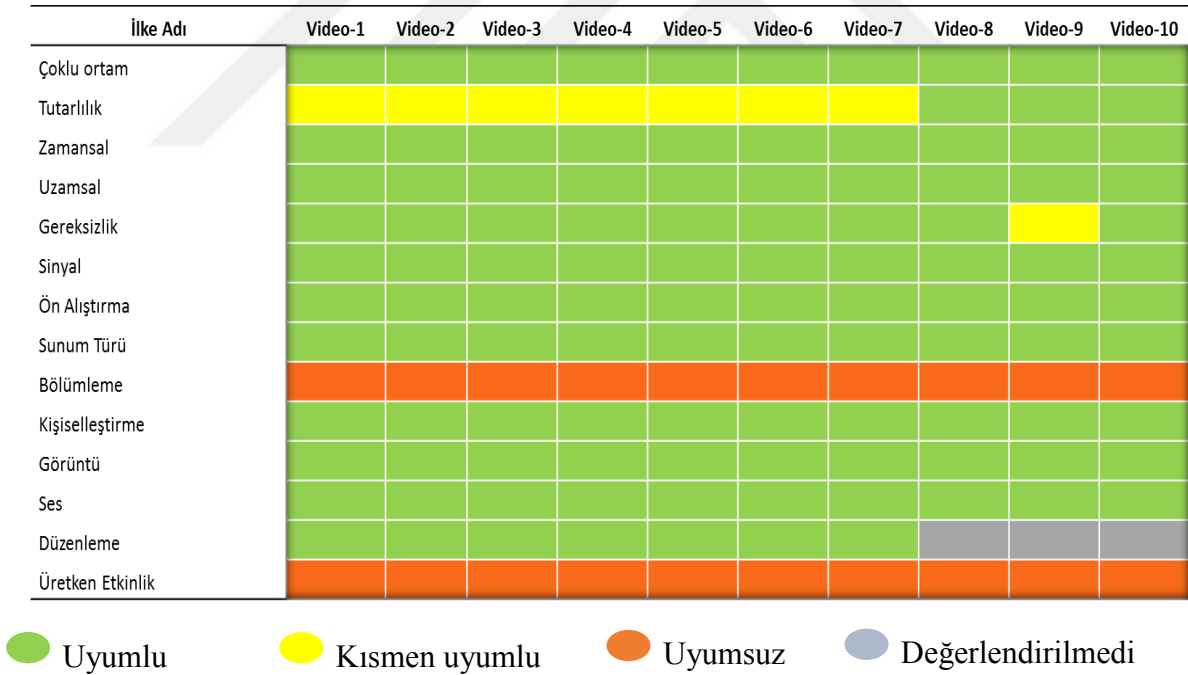
Video içerikte Basfi Nicola Tesla’nın kablosuz elektrik üretme hayalinden bahsetmek istediğini, bunun için ise cuma günkü deneyi beklmelerini söylemektedir. Burada ilgili video için izleyiciler yönlendirilmektedir. Videoda herhangi bir ölçme değerlendirme ögesi bulunmamaktadır.

Video siyah arka plan üzerine beyaz renkli elektrik akımı şeklindeki görsel efektler ve elektrik cızırtısı şeklindeki ses efektleri ile başlamaktadır. Dikkat çeken ve merak

uyandıran bir giriş ile video başlamakta; arka plan üzerine ışıklı pano şeklinde kanalın adı olan “Basfi ile deneysel bilim” yazısı görünmektedir. Dolayısı ile videoda özel bir giriş görseli kullanılmaktadır. Video boyunca sağ alt köşede sabit olarak Basfi Abone ol logosu bulunmaktadır.

Video sonunda Basfi Nikola Tesla’dan bahsetmek için bir gün yetmeyeceğini söylemekte ve Tesla’nın heykeli televizyon simgesi içinde görünerek bitiş ekranına geçilmektedir. Heykel görseli üzerine ışıklı pano şeklinde “Basfi ile deneysel bilim” yazısı gelmektedir. Sonrasında yine başlangıçtaki siyah arka plan üzerine beyaz renkli elektrik akımı şeklindeki görsel efektler ve elektrik cızırtısı şeklindeki ses efektleri sunulmakta, bitiş kartları ve kanalın logosu ile video sonlanmaktadır. Video süresi ise 3.00 dakikadır.

Çalışmada analiz edilen 10 videonun çoklu ortam tasarım ilkelerine uyum düzeyi ise Şekil 6’da belirtilmiştir.



Şekil 6. Videoların çoklu ortam tasarım ilkelerine uyum düzeyi

Videoların çoklu ortam tasarım ilkelerinden çoklu ortam, sinyal, gereksizlik, uzamsal yakınlık, zamansal yakınlık, ön eğitim, kişiselleştirme, ses, sunum türü, görüntü ve düzenleme (somutlaştırma) ilkelerine başarıyla uyum sağladığı; tutarlılık ilkesine

kısmen uyum sağladığı; bölümlene ve üretken etkinlik ilkelerine ise uyum sağlamadığı görülmektedir. Animasyon videolarında fiziki bir anlatıcı bulunmadığı için düzenleme ilkesi değerlendirilmemiştir.

Çalışmada analiz edilen videoların içerdiği program öğelerine ilişkin görsel ise Şekil 7’de belirtilmiştir.

Giriş Düzenlemesi	<ul style="list-style-type: none">• Dikkat Çekme *Abone Ol Animasyonu*Güdüleme
Kazanımların Sunumu	<ul style="list-style-type: none">• Sözel olarak sunum
Temel Alan	<ul style="list-style-type: none">• Fen Bilimleri *Kimya *Fizik
Öğretim Strateji ve Yöntemleri	<ul style="list-style-type: none">•Sunuş Stratejisi *Günlük yaşamdan örnek verme*Gösteri Tekniği•Dikkat çekme *Güdüleme *Merak uyandırma*Somutlaştırma
Ölçme ve Değerlendirme	<ul style="list-style-type: none">• Çoktan seçmeli soru (1 adet)
Süre	<ul style="list-style-type: none">• Deney videoları 12-14 dakika*Animasyon videoları 2-3 dakika
Kapanış Düzenlemesi	<ul style="list-style-type: none">• Veda cümlesi *Bitiş kartları *Kanal logosu*Bitiş animasyonu

Şekil 7. Videoların içerdiği program öğelerine ilişkin görsel

Analizi yapılan kanal videoları kazanım sunumu, belirli bir temel alana yönelik olması, öğretim strateji ve yöntemleri, ölçme ve değerlendirme öğelerini barındırmaktadır.

Bununla birlikte videoların YouTube platformunda yayınlanması sebebi ile belirli giriş düzenlemesi, süresi ve kapanış düzenlemesinin olduğu görülmektedir.

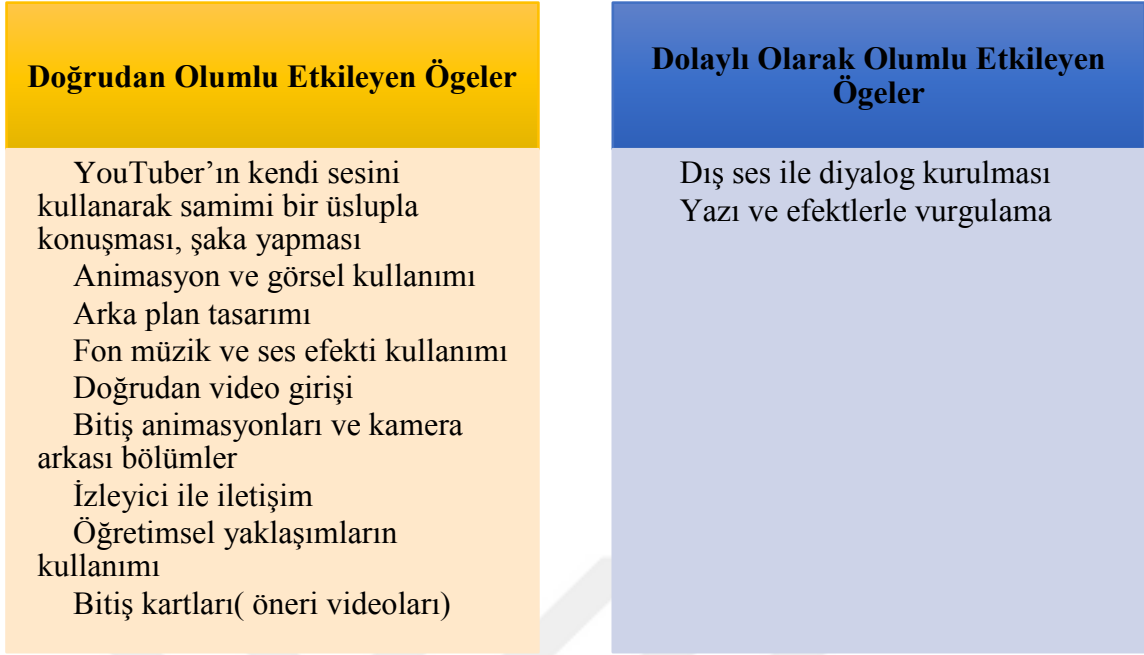
4.2. Kanalın İçerik Üreticisine ve İzleyicilerine Göre Kanal Videolarının Tasarım Öğeleri Açısından İzlenme Gerekçelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Bu bölümde YouTube platformundaki popüler bir eğitici içerik kanalının içerik üreticisi ve izleyicileri ile yapılan görüşme verileri incelenmiştir. Elde edilen verilerden YouTube'daki eğitici içeriklerin izlenmesinde etkili olan tasarım öğeleri ve diğer etmenler belirlenmeye çalışılmıştır.

4.2.1. Kanalın İçerik Üreticisine Göre, Eğitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Tasarım Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Bu aşamada kanal içerik üreticisi ile yapılan görüşmeden elde edilen bulgular sunulmuştur. Bu bağlamda kanal içeriklerinin tasarım öğeleri açısından izlenme gerekçeleri, kanalın içerik üreticisinin bakış açısı ile ortaya konulmuştur. Burada hangi tasarım öğesinin nasıl etki ettiğini ayrıntılı olarak saptamak amaçlanmıştır.

İçerik üreticiye videoların analizinden elde edilen bulgular doğrultusunda, her bir tasarım öğesi ile ilgili ayrı ek soru sorulmuştur. Ek sorulara verilen yanıtlar analiz edildiğinde “doğrudan olumlu etkileyen öğeler” ve “dolaylı olarak olumlu etkileyen öğeler” olmak üzere iki ana tema belirlenerek Şekil 8’de verilmiştir.



Şekil 8. YouTube eğitici içeriklerinin izlenmesinde tasarım özelliklerinin etkilerinin şematik gösterimi

Doğrudan olumlu etkileyen öğeler temasının alt temaları, “animasyon ve görsel kullanımı”, “arka plan tasarımı”, “fon müzik ve ses efekti kullanımı”, “başlangıç ve bitiş animasyonları”, “izleyici ile iletişim”, “YouTuber ın kendi sesini kullanarak samimi bir üslupla konuşması” “öğretimsel yaklaşımların kullanımı”, “bitiş kartları” dır. Dolaylı olarak olumlu etkileyen öğeler temasının altında “dış ses ile diyalog kurulması”, “yazı ve efektlerle vurgulama” alt temaları belirlenmiştir.

Animasyon ve görsel kullanımın alt temasının örnek ifadesinde “*Mutlaka etkiliyor. Bizim amacımız izleyicinin videodan kopmasına fırsat vermeden onun hayal edebileceği her şeyi gözünün önüne getirmek. Mümkün olduğunca YouTuber'ın yüzünü az kullanıp, %30'u geçmeden, %70 deney ile ilgili görsellerin, deney yaptığı sıradaki görsellerin, animasyonların, videoların kullanılmasını istiyoruz.*” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Ortam tasarımı ve arka plan tasarımının alt temasının örnek ifadesinde “*YouTUBE'da bu önemli. Çünkü YouTUBE'da yayıncılar genelde evlerinin bir köşesinden yayın yapıyorlar... samimi, sıcak bir ev ortamı yaratmak sanki evin bir köşesinden*

hikayelerini anlatıyormuş gibi bir his vermek için stüdyomuzu öyle dizayn ettik.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Fon müziği ve ses efekti kullanımının alt temasının örnek ifadesinde
“...mutlaka etkileyeceğine inanıyoruz. Mesela deneyi yaptığı sırada daha tempolu müzik, daha eğlenceli bir müzik; bir konu anlatımı sırasında daha elektronik veya daha soft müzik; böyle hayal etmesini sağlayacak tarzda müzik seçiyoruz. Kullanabildiğimiz her yerde mutlaka ses efektlerini kullanmak istiyoruz. İşte bir gök gürültüsü gibi... İnsanlar iki sebeple... birincisi konu daha iyi pekişiyor. İkincisi de videoda emek var. YouTube'un doğasında böyle bir şey vardır. “Videoda emek var abi” falan hissiyatını veriyor insanlara.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Başlangıç ve bitiş animasyonu kullanımı alt temasının örnek ifadesinde
“Başlangıçta video animasyonu kullanıyorduk ilk başladığımızda. Sonradan kaldırdık. Çünkü ilk 8-9 saniye çok önemli videoda. Girdiği anda videoyu 8-9 saniyeniz var izleyiciyi tutmak için ...dolayısı ile başlangıçta animasyon kullanmıyoruz, direk kafadan giriyor anlatıcımız. Bitiş animasyonu artık bittiği için, bittiği hissiyatını vermek için kullanıyoruz. Bir de bizim kamera arkası bölümler ekliyoruz. Onu da bitiş animasyonundan sonra veriyoruz. Orası ayrı bir bölüm... Çünkü orada kamera şakaları, yanlış hatalar falan gibi şeyleri koyuyoruz.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Öneri videolarının (Bitiş Kartları) kullanımı alt temasının örnek ifadesinde
“Bitiş kartları önemli... YouTube algoritması onları seçiyor. Bir tanesinde en son yayınlanan videoyu koyuyor. İzleyicinin karakterine tipine göre de bir video seçip ekliyor. Dolayısı ile onlar izlenmeleri olumlu yönde etkiliyordur.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

İzleyici ile iletişimin kurulması alt temasının örnek ifadesinde
“Böylelikle insanların interaktif olarak düşünmesi, yorumlara yazması bir interaktivite sağlıyor. Bu da YouTube algoritması tarafından etkileniyor. Hani video üzerinde “yorum var, like var, dislike var” gibi daha çok kişiye göstermesini sağlıyor.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

YouTuber’ın kendi sesi ile sunum yapması, samimi bir tavırla konuşması ve konuyla ilgili espri (şaka) yapması alt temasının örnek ifadesinde *“Bizler etkileyeceğini düşünüyoruz. Okulda da eğlenceli hocalarımızı unutmayız... ama YouTube'daki rakiplerimiz hep şaka yaptıkları için, hep espirili konuştukları için, onlarla yarışabilmek, onların arasında tutunabilmek için biz şaka yapmak zorundayız gibi... eğlenceli yapmak zorundayız gibi düşünüyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Konu anlatımında öğretimsel yaklaşım kullanımının alt temasının örnek ifadesinde *“Ben doğru, olumlu yönde etkileyeceğini düşünüyorum. Konuyu mümkün olduğunca çok dolaylaştırmadan, çok uzatmadan, özünü anlatıp en net şekilde anlatıp çekimleri gerçekleştiriyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

YouTuber’ın çekim ekibi ile diyalog kurması alt temasının örnek ifadesinde *“Bu konu ile ilgili elimizde bir kesin veri yok. Ama şu kesin ki YouTuber’ı rahatlatan bir şey.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Yazılar ve efekt Kullanımı alt temasının örnek ifadesinde *“Videonun izlenmesini direk etkiler mi bilmiyoruz ama konunun anlaşılmasını etkiliyor... yani altını çizmek gibi bir etki veriyor izleyiciye. Dolayısı ile izleyici “evet burası önemli, konuyla ilgili önemli bir yer” gibi düşünerek izliyor diye düşünüyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Genel olarak tasarım özellikleri alt temasının örnek ifadesinde içerik üreticiye *“Sizce ürettiğiniz eğitici içeriklerin izlenmesinde tasarım özelliklerinin etkileri nasıldır?”* sorusu sorularak öncelikle tasarım özellikleri hakkında genel bir saptama yapılmaya çalışılmıştır. Soruya verilen yanıt analiz edildiğinde *“tasarımın önemi ve doğru kullanımı”, “tutarlılık”, “kalıplaşmış bilgilerin kullanımı”* temaları tespit edilerek Tablo 27’de verilmiştir.

Tablo 27

YouTube eğitici içeriklerinin izlenmesinde tasarım özelliklerinin etkileri (Genel olarak)

Tasarımın önemi ve doğru kullanımı

Tutarlılık

Kalıplaşmış bilgilerin kullanımı

İçerik üreticinin “tasarımın önemi ve doğru kullanımı” ile ilgili şunları ifade etmiştir: *“Tabii ki çok önemli tasarım. Çünkü tasarım her şey aslında. İçeriği güzel gösteren, kolay anlaşılır sağlayan tasarımdır. Biz de konuları anlatırken tasarıma çok önem veriyoruz, çünkü doğru tasarımla daha kolay anlaşıldığını düşünüyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

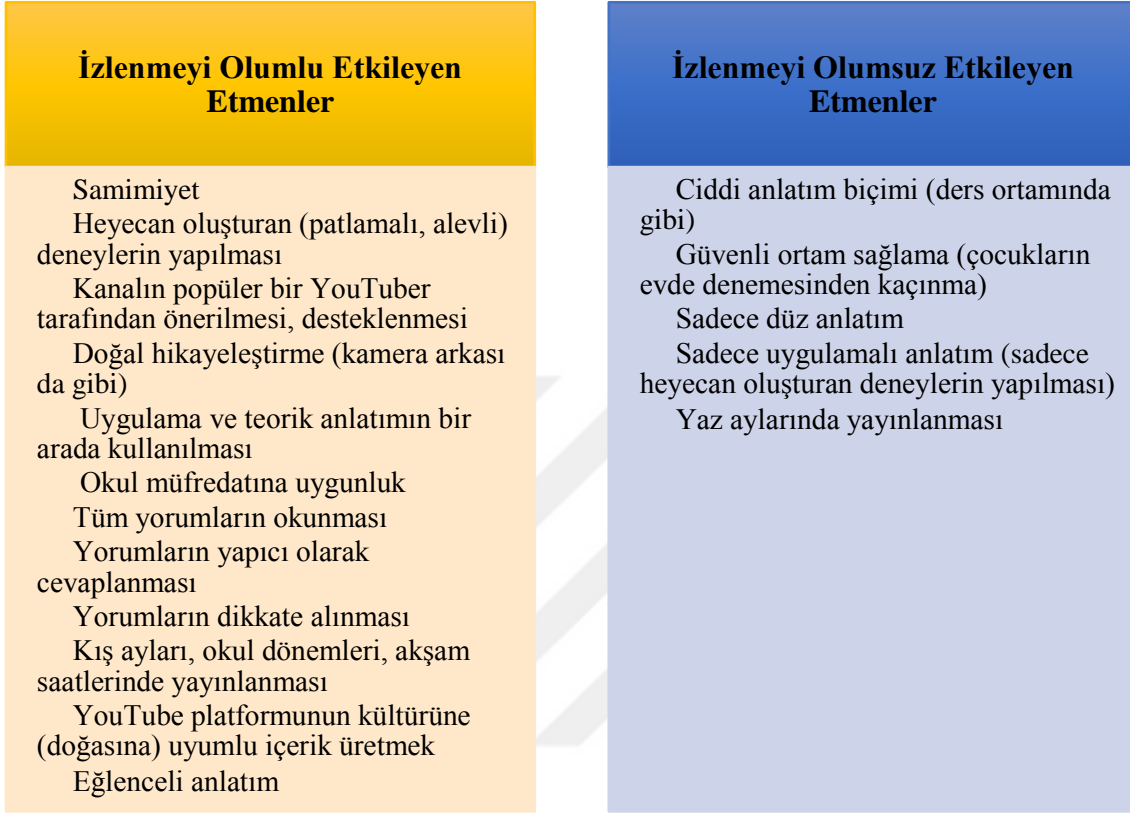
“Tutarlılık” teması ile ilgili ifadeler ise şu şekildedir: *“...Çünkü sonuçta bilimsel bir şey anlatırken ölçekli bir şey anlatırken büyük olanı büyük göstermek, küçük olanı küçük göstermek, aradaki oran orantıyı düzgün kurabilmek bile çok önemli. Hani bir şey sayfada önemli ise daha büyük önemsiz ise daha küçük gösterilebilir... anlaşılır bir font kullanıyoruz. Ortak bir dil olması için sürekli aynı arka planı, yazı fontlarını kullanıyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

İçerik üretici “kalıplaşmış bilgilerin kullanımı” teması ile ilgili şunları ifade etmiştir: *“...Bazı şeyleri sıcak ise kırmızı, soğuk ise mavi ile gösteriyoruz. İnsanların alışmış ve kanıksamış olduğu, ezberlediği şeyleri bozmamaya çalışıyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

4.2.2. Kanalın İçerik Üreticisine Göre, Eğitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Etmenlere İlişkin Bulgular ve Yorumları

Bu aşamada kanal içerik üreticisi ile yapılan görüşmeden elde edilen bulgular sunulmuştur. Eğitici içeriklerin izlenmesini etkileyen diğer etmenler kanalın içerik üreticisinin bakış açısı ile ortaya konulmuştur. Bu bağlamda içerik üreticiye aşağıdaki sorular sorulmuş; soruların yanıtları analiz edildiğinde “izlenmeyi olumlu etkileyen durumlar” ve “izlenmeyi olumsuz etkileyen durumlar” olmak üzere ortak iki ana tema

belirlenmiştir. Belirlenen ana tema ve her bir sorudan elde edilen alt temalar Şekil 9’da verilmiştir.



Şekil 9. İzlenmeyi etkileyen durumların şematik gösterimi

YouTube’deki eğitici bir videonun ilk görüldüğü anda tıklanma sebebi alt temasına ait temalar Tablo 28’de verilmiştir.

Tablo 28

İçerik üreticisine göre izleyicilerin eğitici içeriklere ilk anda tıklama sebepleri

Merak Duygusu

Kapak resmi

YouTuber’ın görüntüsü

Kapak tasarım özellikleri

Video başlığı

Tablo 28'e göre merak duygusu ana tema olarak belirlenirken kapak resmi ve video başlığı alt temaları oluşturmuştur. Kapak resmi alt temasını ise YouTuber'ın görüntüsü ve kapak tasarımı özellikleri oluşturmaktadır. Temaların şema ile gösterimi Şekil 10'da verilmiştir.



Şekil 10. İlk anda tıklama sebeplerine ilişkin şematik gösterim

YouTube platformunda eğitici bir videonun ilk anda tıklanma sebebi için “merak duygusu” ana tema olarak belirlenmiştir. İçerik üreticiye göre, eğitici içeriklerin tıklanma sebeplerinin başında merak duygusu ön plana çıkmaktadır. Sadece eğitici içerikler için değil, YouTube platformunda diğer türdeki videolarında insanların merak duygusuna hitap ettiği için izlendiği vurgulanmaktadır: “İlk tıklama sebeplerinin merak olduğunu düşünüyoruz. Yani merak ettiği bir konu ise veya merakını cezbedecek bir konu olursa eğitici bir videoya hemen tıklayıp başlıyor.” (İçerik üretici görüşme Formu, İçerik Üretici)

Burada içerik üreticiye ek olarak “İçerik oluştururken bu konuda dikkat ettiğiniz noktalar nelerdir?” sorusu sorulmuş; İçerik üretiminde izleyicinin ilk andaki dikkatini çekebilmek için önemli olan noktalar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Burada “Merak duygusu” ana temasının altında “video başlığı” ve “kapak resmi” ve “diğerleri” olmak üzere üç alt tema belirlenmiştir. İçerik üretici merak duygusunu harekete geçirmek için içerik üretimi aşamasında video başlığı ve kapak resminin çok önemli olduğunu vurgulamaktadır: “Bu merak konusunu da öne çıkarmak için dikkat ettiğimiz konular: Video başlığı ve kapak resmi. Bu iki şey çok önemli... Kapak resmi için ciddi vakit harcıyoruz. Alternatifler hazırlıyoruz, bazen yayına verdikten sonra kapak resmini değiştiriyoruz.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

“Kapak resmi” temasının altında ise “YouTuber görüntüsü” ve “kapak tasarım özellikleri ” olmak üzere iki alt tema belirlenmiştir. “YouTuber görüntüsü” teması ile ilgili olarak; kapak resminde vurgulanan asıl öge YouTuber’ın kendisidir. Bununla birlikte YouTuber’ın yaptığı şeyde vurgulanmakta, bunun için YouTuber’ın heyecan verici bir fotoğrafı tercih edilmektedir: *“Mümkün olduğunca YouTuber’ın kendisini göstermeye çalışıyoruz ve yaptığı şeyi göstermeye çalışıyoruz. Bu ikisinin etkili olduğunu düşünüyoruz. YouTuber’ın heyecan verici bir fotoğrafını kullanmaya çalışıyoruz. Kapak resmini videonun içinden almıyoruz Genelde video sonunda veya başında çekim sırasında ayrı fotoğraf olarak çekiyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

İçerik üreticinin “Kapak tasarım özellikleri” teması ile ilgili olarak; kapak resminde diğerlerinden ayırt edilecek, oldukça renkli tasarımlar tercih edildiği, bunun yanı sıra resmin üzerinde uzun yazılar bulunmaması gerektiği vurgulanmaktadır. İçeriğin cep telefonundan izlendiği de göz önünde bulundurularak, resmin küçüldüğünde de diğerlerinin içerisinde öne çıkabilmesi gerektiği belirtilmektedir: *“Başka söyleyebileceğim bir şey bu kapak resmi ile ilgili; renkler önemli, mümkün olduğunca renk kullanma çalışıyoruz diğerlerinden ayıracak durumda. Bazen yazı kullanıyoruz kapak resmi üzerinde, son dönemde kanalda kullanmıyoruz. Uzun uzun yazılarla doldurmuyoruz. Çünkü insanlar cep telefonundan bakıyorlar, mümkün olduğunca küçülüyor, o küçükte de kendini ayırt etmesi gerekiyor. Bu yüzden kapak resmini önemsiyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Kapak resminin yanı sıra diğer alt tema olarak belirlenen “video başlığı” da önemli bir unsur olarak vurgulanırken; içeriği oluşturmaya video başlığına karar verilerek başlanıldığı belirtilmektedir: *“Video başlığı çok önemli çoğu zaman önce video başlığını bulup, içeriği hazırlamaya başlıyoruz. Bizde çoğu zaman konuyu bulurken video başlığını buluyoruz. Sonra konuyu bulup içerisini doldurup devam ediyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Alt temalardan üçüncüsü olan “diğerleri” temasının altında ise “açıklama bölümü” ve “anahtar kelimeler” temaları yer almaktadır: *“Videonun açıklama kısmı konusu, keywordsler falan bu noktada çok önemli değil... yani videonun açıklama kısmına bakıyor*

insanlar ama hani çok birincil sırada orası değil.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

İçerik üretimi aşamasında video başlığı ve kapak resmi birincil derecede önem taşıırken; yine YouTube platformunun sunduğu özelliklerden olan video açıklama kısmı ya da anahtar kelimelerin ikincil sırada yer alarak, daha az etkili olduğu belirtilmektedir.

İzlenilmeye başlanan eğitici bir YouTube içeriğinin sonuna kadar izlenme sebebi alt temasına ait “merak duygusunun tatmin edilmesi”, “kurgu teknikleri” ve “anlatım biçimi” olmak üzere 3 tema belirlenerek Tablo 29’da verilmiştir.

Tablo 29

İzlenilmeye başlanan eğitici bir YouTube içeriğinin sonuna kadar izlenme sebepleri

Merak Duygusunun tatmin edilmesi
Kurgu Teknikleri
Çoklu ortam kullanımı
Kamera çekim teknikleri
Konu Seçimi
Anlatım Biçimi
Kısa ve öz anlatım
Tercih edilme (Güven sağlama)

Eğitici bir içeriğin sonuna kadar izlenme sebepleri için merak duygusunun tatmin edilmesi, kurgu teknikleri ve anlatım biçimi temaları belirlenmiştir. Alt temalarla birlikte şematik gösterim Şekil 11’de verilmiştir.



Şekil 11. Eğitsel bir içeriği izlemeye devam edilmesine ilişkin şematik gösterim

İlk vurgulanan nokta olan “merak duygusunun tatmin edilmesi” teması ile ilgili içerik üretici şunları belirtmiştir: *“Eğitici videoyu izlerken merak duygusunu kaşıyarak geldiği için o merakını gidermeye çalışacaktır izleyici. Bu sebeple sonuna kadar izlemeye devam eder diye düşünüyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

“Kurgu teknikleri” teması ise “çoklu ortam kullanımı”, “kamera çekim teknikleri” ve “konu seçimi” olmak üzere üç alt temadan oluşmaktadır. “Çoklu ortam kullanımı” içerik üretici tarafından detaylı olarak açıklanmaktadır: *“Mümkün olduğunca boşluklar vermemeye çalışıyoruz izleyicinin kaçıp başka bir şey yönelmesini sağlayacak. Çünkü bir video izlerken sağ tarafta YouTube ‘da, diğer videoların kapak görselleri var. Dolayısı ile sürekli bir şeyler yapmaya çalışıyoruz video içerisinde. Animasyonlar kullanıyoruz, yazılar giriyoruz, görseller giriyoruz, videolar giriyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

“Kamera çekimi” ve “konu seçimi” ile ilgili ise içerik üretici şu ifadeleri belirtmiştir: *“...hiçbir şey yapamazsak farklı açılara geçiyoruz, detay açığa geçiyoruz, geniş açığa geçiyoruz tekrar detaya geçiyoruz. Sürekli bir hareket sağlıyoruz. Böylelikle*

izleyici sıkılmadan sonuna kadar izliyor ve tabii ki konuyu çok önemsiyoruz.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

“Anlatım biçimi” teması altında ise “kısa ve öz anlatım” ve “tercih edilme (güven sağlama)” temaları bulunmaktadır. İçerik üreticinin “anlatım biçimi” ile ilgili ifadeleri ise şu şekildedir: *“Konuyu en öz şekilde fazla gevelemeden en net şekilde anlatmaya çalışıyoruz.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)*

İzlenme sayısını olumlu ve olumsuz yönde etkileyen durumlar alt temasına ait temalar Tablo 30’da verilmiştir.

Tablo 30

İzlenme sayısını olumlu ve olumsuz yönde etkileyen durumlar

Olumlu etkileyen öğeler
Samimiyet
Heyecan oluşturan (patlamalı, alevli) deneylerin yapılması
Olumsuz etkileyen öğeler
Ciddi anlatım biçimi (ders ortamında gibi)
Güvenli ortam sağlama (çocukların evde denemesinden kaçınma)

Tablo 30’da belirtildiği gibi, içerik üreticisinin vermiş olduğu yanıtta “olumlu etkileyen öğeler” ve “olumsuz etkileyen öğeler” olmak üzere iki ana tema belirlemiştir. Olumlu etkileyen öğeler temasının alt temaları, “samimiyet”, “heyecan oluşturan (patlamalı, alevli) deneylerin yapılması” olarak belirlenmiştir. İçerik üreticinin alt temalarla ilgili açıklamaları şu şekildedir: Samimiyet teması ile ilgili açıklamalar: *“Keşfettiğimiz şey şu: samimiyet. Yani samimiyet aktıkça izlenmeler daha olumlu yönde ilerledi.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)*. Heyecan oluşturan(patlamalı, alevli)deneylerin yapılması teması ile ilgili açıklamalar: *“...Çok abartılı böyle, çok alevli, patlamalı, yüksek etkili deneyler yapınca daha çok izlenme aldığımız kesin.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)*

Olumsuz etkileyen öğeler temasının alt teması ise; “ciddi anlatım biçimi(ders ortamında gibi)”, “güvenli ortam sağlama(çocukların evde denemesinden kaçınma)” olarak

belirlenmiştir. İçerik üreticinin alt temalarla ilgili açıklamaları şu şekildedir: Ciddi anlatım biçimi(ders ortamında gibi) teması ile ilgili açıklamalar: “...*Motomod bir şey anlatıp, dersteki gibi ciddiyetle bir şey atıldığı zaman insanların sahiplenmediğini gördük.*” (İçerik üretici görüşme formu, *İçerik üretici*). Güvenli ortam sağlama(çocukların evde denemesinden kaçınma) teması ile ilgili açıklamalar: “..*ama biz bir marka işi yaptığımız için ve çocukların bunları evde deneyebileceğiniz göz önüne alınca, o tarz deneylerden kaçıyoruz. Bu bizi olumsuz yönde etkiliyor olabilir.*” (İçerik üretici görüşme formu, *İçerik üretici*)

Basfi İle Deneysel Bilim kanalını diğer eğitici kanallardan ayırt eden özellikler alt temasına ait temalar Tablo 31’de verilmiştir.

Tablo 31

Kanalı YouTube’daki diğer eğitici kanallardan ayırt eden özellikler

Olumlu yöndeki farklılıklar
Doğal hikayeleştirme
Uygulama ve teorik anlatımın bir arada kullanılması
Okul müfredatına uygunluk
Olumsuz yöndeki farklılıklar
Düz anlatım
Sadece uygulamalı anlatım (sadece heyecan oluşturan deneyler)

Tablo 31’ göre içerik üreticisinin vermiş olduğu yanıtta göre “olumlu yöndeki farklılıklar” ve “olumsuz yöndeki farklılıklar” olmak üzere iki ana tema belirlenmiştir. Olumlu yöndeki farklılıklar temasının alt temaları ise; “doğal hikayeleştirme”, “uygulama ve teorik anlatımın bir arada kullanılması”, “okul müfredatına uygunluk”, temaları olarak belirlenmiştir. İçerik üreticinin alt temalarla ilgili açıklamaları şu şekildedir: Doğal hikayeleştirme teması ile ilgili açıklamalar: “..*Aslında biz sanki biraz böyle kamera arkası gibi hikayeler yapıyoruz... Çünkü birazcık böyle sihirbazlığın arka planını anlatan gibi bir yapımız var...diğer bilim kanalları farklı farklı içerikler yapıyorlar ve onların yaptıklarının biz aslında arka planını, nasıl olduğunu anlatmaya çalışıyoruz.*” (İçerik üretici görüşme formu, *İçerik üretici*). Uygulama ve teorik anlatımın bir arada kullanılması teması ile ilgili açıklamalar: “*Biz deney yapıyoruz ve deney yaptıktan sonra deneyin nasıl olduğunu*

anlatıyoruz... hem deney yapıyoruz, hem konu anlatıyoruz...” (İçerik üretici görüşme formu, *İçerik üretici*). Okul müfredatına uygunluk teması ile ilgili açıklamalar: *“..hem de çok net okul müfredatını da anlatıyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, *İçerik üretici*)

Olumsuz yöndeki farklılıklar temasının alt temaları ise; “düz anlatım”, “sadece uygulamalı anlatım(sadece heyecan oluşturan deneylerin yapılması)” olarak belirlenmiştir. Burada “sadece uygulamalı anlatım(sadece heyecan oluşturan deneylerin yapılması)” teması, çocukların evde deneme olasılığı düşünülerek, izlenmeyi artırsa da, “olumsuz yöndeki farklılıklar” teması altında listelenmiştir. İçerik üreticinin alt temalarla ilgili açıklamaları şu şekildedir: Düz anlatım teması ile ilgili açıklamalar: *“..Bazısı da sadece konu anlatıyor.”* Sadece uygulamalı anlatım (sadece heyecan oluşturan deneylerin yapılması) teması ile ilgili açıklamalar: *“Bazıları sadece deney yapıyorlar.. oldu.. şaşırtıyor... “patladı, uçtu, yandı” deyip heyecan yaratıp ayrılıyorlar ki; onlar bizden çok daha fazla izleniyorlar.... Bizim bir marka işbirliği ile içerik ürettiğimiz için çekindiğimiz ve kendimizi koruduğumuz noktalar var. Hani diğer YouTuber’lardan farklı olarak dediğim gibi çok patlamalı, uçan içerikler üretmiyoruz.”* (İçerik üretici görüşme formu, *İçerik üretici*)

Takipçilerle iletişim alt temasından “tüm yorumların okunması” ve “yorumların dikkate alınması” temaları belirlenmiştir. Temalar Tablo 32’de verilmiştir.

Tablo 32

Takipçilere dönüt verirken dikkat edilen durumlar

Tüm yorumların okunması
Yorumların dikkate alınması

Tablo 32’ ye göre tüm yorumların okunması teması ile ilgili açıklamalar:” *Bir kere yorumların hepsini okumaya çalışıyoruz. Her gelen yorumu okumaya çalışıyoruz. Çünkü bizi çok eğitiyor.* “

Yorumların dikkate alınması teması ile ilgili açıklamalar: *“...Takipçilerimiz çok genç çocuklar. Ne söylemek istediklerini anlamaya çalışıyoruz. Bizim için çok önemli bir*

şey oluyor. Onu biz değiştirirsek çok önemli dönüşümler, etkileşimler alıyoruz.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Takipçi yorumlarında dikkate alınan durumlaralt temasına ait “istek/öneri” ve “beğeni” temaları belirlenmiştir. Temalar Tablo 33’te verilmiştir.

Tablo 33

Gelen yorumlarda dikkate alınan durumlar

İstek /Öneri
Beğeni

Tablo 33’e göre İstek/Öneri teması ile ilgili açıklamalar: *“Bazen deneylerle ilgili öneriler geliyor.” Link atıyorlar: “Abi şu deneyi de yap, bu deneyi de yap”.* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Beğeni teması ile ilgili açıklamalar ise: *“...Ama genelde kanalın videoları %99 gibi bir beğeni, like oranında çalışıyor... genelde çok seviyorlar.” “Abi seni çok seviyoruz, sayende öğreniyoruz, okulda da böyle anlatılsa... keşke kimya hocamız sen olsan” falan gibi yorumlar çok geliyor.*(İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

İzlenme sayısını yükselten harici trafik kaynakları alt temasına ait temalar Tablo 34’te verilmiştir.

Tablo 34

İzlenme sayısını yükselten harici trafik kaynakları

Trafik kaynakları
YouTube anasayfası
YouTube aramaları
Önerilen videolar
Kanal üyeleri
Dış kaynaklarda kanalın tavsiye edilmesi

Tablo 34’te belirtildiği gibi, trafik kaynakları teması ile ilgili açıklamalar: *Bizim trafik kaynağımız ana sayfadan çok etkileniyor. Birinci sırada anasayfa, ikinci sırada YouTube aramaları diyebilirim. Üçüncü önerilen videolar, yani siz bir şey izlemeye başladınız YouTube’da. Sonra “bunu da izle bunu da izle” diye önerilen. Kanalın sayfasından da insanlar gelip izliyorlar. Bunun dışında dışarıdan da izlemeler geliyor. Bizimle, kanalımız ile ilgili oldukça haber yapıyor sağolsunlar. Hani “çocukların izleyebileceği tavsiye edebileceği içerikler” diye. “Böyle kabaca beşli bir sıralama yapabilirim.”* (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

YouTUBE verilerine göre eğitici içeriklerin yayınlanma zamanı alt temasından “izlenmenin arttığı zaman dilimleri” ve “izlenmenin azaldığı zaman dilimleri” olmak üzere iki ana tema belirlenmiştir. İzlenme sayılarının arttığı belirgin dönem ve saatler Tablo 35’te verilmiştir.

Tablo 35

İzlenme sayılarının arttığı belirgin dönem ve saatler

İzlenmenin arttığı zaman dilimleri
Kış ayları ve okul dönemi
Akşam saatleri (18:00-22:00 arası)
İzlenmenin azaldığı zaman dilimleri
Yaz ayları

Tablo 35’te belirtildiği gibi, “İzlenmenin arttığı zaman dilimleri” temasının altında “kış ayları” ve “okul dönemi”, “akşam saatleri (18:00-22:00 arası)” alt temaları belirlenmiştir. İçerik üreticinin alt temalarla ilgili açıklamaları şu şekildedir: Kış ayları ve okul dönemi temaları ile ilgili açıklamalar: “... *kış ayları, okul dönemi, okul dönemleri oldukça fazla izleniyor. ..şu kesin ki kış aylarında daha çok ya okul döneminde daha çok izleniyor*” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici). Akşam saatleri (18:00-22:00 arası) teması ile ilgili açıklamalar: “... *Bu kanala özel bir izlenme saati oluyor. Genelde akşam 6’dan sonra izleniyoruz. Günler... özel özel bir gün yok. Pazartesi salı günleri, yani aslında tüm hafta boyunca en çok izlendiğimiz saatler 6 ile 10 arası, akşam. Diğer zamanlar daha az. Demek ki şuradan anlayabiliriz, akşam saatleri çocuklar eve geldiklerinde izliyorlar.*” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

“İzlenmenin azaldığı zaman dilimleri” temasının alt teması ise “yaz ayları” olarak belirlenmiştir: Yaz ayları teması ile ilgili açıklamalar: “...Tüm videolarımız yazın az izleniyor... Ama hani şurası kesin ki yaz döneminde ciddi düşüyor. Çocuklar okulla ilgili, eğitimle ilgili bir şey görmek istemiyorlar diye tahmin ediyoruz.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Basfi ile Deneysel Bilim kanalı içeriklerinin izlenme sebepleri alt temasından “YouTube platformunun kültürüne (doğasına) uyumlu içerik üretmek” ve “eğlenceli anlatım” teması tespit edilmiştir. Temalar Tablo 36’da verilmiştir.

Tablo 36

Basfi ile Deneysel Bilim Kanalı içeriklerinin izlenme sebepleri

YouTube platformunun kültürüne (doğasına) uyumlu içerik üretmek
Eğlenceli anlatım

İçerik üreticinin YouTube platformunun kültürüne (doğasına) uyumlu içerik üretmek teması ile ilgili açıklamalar: “Bizde onlara (YouTube’dakilere) yakın bir şey yapıyoruz. YouTube platformunun doğasında yapılan içeriklere yakın bir şey yaptığımız için izleniyor diye düşünüyoruz. Zaten yola çıkış amacımız da buydu.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

Eğlenceli anlatım teması ile ilgili açıklamalar: “Amacımız bilimi eğlenceli şekilde anlatmaktı. Tabii kolay olmadı, yani oyuncunun oturması; anlattığı şeyin farklılığı; şakaları yapabilecek düzeye gelmesi vakit aldı.” (İçerik üretici görüşme formu, İçerik üretici)

4.2.3. Kanal İzleyicilerine göre, Eğitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Tasarım Öğelerine İlişkin Bulgular ve Yorumları

Bu bölümde Basfi ile Deneysel Bilim YouTube kanalı izleyicileri ile yapılan görüşmeden elde edilen bulgular ve yorumları sunulmuştur. Bu bağlamda kanal içeriklerinin tasarım öğeleri açısından izlenme gerekçeleri, kanal izleyicilerinin bakış açısı ile ortaya konulmuştur.

İzleyicilere “Sizce YouTube’daki eğitici bir içeriğin tasarım özellikleri nasıl olmalıdır?” ana sorusu altında hangi tasarım öğesinin nasıl etki ettiğini ayrıntılı olarak saptamak amacıyla, her bir tasarım öğesi ile ilgili ayrı ek soru sorulmuştur. Ek sorulara verilen yanıtlar analiz edildiğinde “olumlu etkileyen öğeler” ve “olumsuz etkileyen öğeler” olmak üzere iki ana tema belirlenmiştir. Eğitici içeriklerdeki tasarım özellikleri ile ilgili her bir alt soru ve elde edilen alt temalar Şekil 12’de verilmiştir.

Olumlu etkileyen tasarım öğeleri

- YouTuber’ın kendi sesini kullanarak samimi bir üslupla konuşması, şaka yapması
- Dış ses ile diyalog kurulması
- Animasyon ve görsel kullanımı
- Yazı ve efektlerle vurgulama
- Fon müzik ve ses efekti kullanımı
- Bitiş animasyonları
- YouTuber ile iletişim
- Bitiş kartları(öneri videoları)

Olumsuz etkileyen tasarım öğeleri

- Çekim ekibinden birisi ile sık ya da uzun diyalog kurması
- Animasyon sayısının fazla olması, tamamen animasyon olması
- Yazı ve efekt kullanımının fazla olması
- Uyumsuz, sıradan, sıkıcı müzik seçimi
- Fon sesi seviyesinin konuşmacının sesinden yüksek olması
- Başlangıç ve bitiş animasyonlarının uzun süreli olması
- Başlangıç animasyonları

Şekil 12. Eğitici içeriklerdeki tasarım özellikleri

YouTuber’ın kendi sesi ile sunum yapması, samimi bir tavırla konuşması, konuyla ilgili espri (şaka) yapması alt temasına ait temalar Tablo 37’de verilmiştir.

Tablo 37

İçerikte YouTuber'ın kendi sesi ile sunum yapması, samimi bir tavırla konuşması, konuyla ilgili espri (şaka) yapmasının izleme durumuna etkisi

Temalar	n	%
Olumlu etkiler	107	96
Sıkılmam	4	4
Abone olurum	7	6
Dozunda yapılırsa	5	4
Motive eder	21	19
İzleme isteğim artar	23	21
Samimiyet sağlar	6	5
Olumsuz etkiler (aşırı şaka yapılması)	1	1
Etkilemez	4	4

Tablo 37 incelendiğinde, izleyiciler içerikte YouTuber'ın kendi sesi ile sunum yapması, samimi bir tavırla konuşması, konuyla ilgili espri (şaka) yapmasının olumlu etkilediğini belirtmişlerdir (n=107, %96). İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak şu şekilde belirtilmiştir:

- “-kendi sesi ile sunum yapması ses tonu önemli genel olarak /olumlu etkiler/ -samimi bir tavırla konuşması her zaman aynı etki olmaz /olumsuz etkiler/ konuyla ilgili espri(şaka) yapması konudan kopabilirim ama /etkilemez.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 17)
- “Olumlu etkiler benim için videoyu sıradanlıktan çıkarır.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 21)
- “Samimi hissettirir ve motive eder.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 19)
- “Şaka yapması süper olumlu etkiliyor.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 92)
- “Yerine göre olumlu etkileyebilir veya hiç etkilemez.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 45)
- “Olumlu etkiler, YouTuber'la bağ kurmamı sağlar.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 101)
- “İyi etkiler daha çok o kanalı izlemeye başlarım.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 14)

- “Video hakkında olumlu düşünceler beslememe sebep olur ve videoyu sıkılmadan izlerim.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 77)

YouTuber’ın çekim ekibi ile diyalog kurması alt temasına ait temalar Tablo 38’de verilmiştir.

Tablo 38

İçerikte YouTuber’ın samimi bir tavırla çekim ekibinden birisi ile diyalog kurması videoyu izleme durumuna etkisi

Temalar	n	%
Olumlu etkiler	90	80
Anlamayı kolaylaştırır	10	11
Motive eder	17	15
Dozunda yapılırsa	5	4
İzleme isteğim artar	26	29
Samimiyet sağlar	7	6
YouTuber ile bağ kurmamı sağlar	4	5
Olumsuz etkiler (sık veya uzun diyalog)	2	2
Etkilemez	20	18

Tablo 38 incelendiğinde, katılımcıların %80’i olumlu etkilendiğini, %2’si olumsuz etkilendiğini %18’i ise etkilenmediğini belirtmiştir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda belirtilmiştir:

- “Samimi hissettirip videodan çıkmamamı sağlar.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 44)
- “Daha çok izleyesim geliyor.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 13)
- “Ekip arkadaşın kıvrak zekalı olması gerekir anlamı kuvvetlendirecek sorular sormalı aynı zamanda komik olmalı müdahil olayım veya komik olayım derken saçma sorular içine girmemeli bu arkadaş işini iyi yaparsa olumlu yönde çok iyi bir etki olur yapamazsa videoyu tamamen batırabilir.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 96)
- “Sonuna kadar izlerim.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 106)

- “Olumlu etkiler ve YouTuber'a karşı sempati duymamı sağlar.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 57)
- “Videoya olumlu bir hava katmasının yanında aynı zamanda anlatılan konunun bölünmesine yol açtığından dikkat dağıtır.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 89)
- “İzleyiciyle radar kurulan bir köprü gibi görüyorum, olumlu etkileri oluyor.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 11)
- “Olumlu etkiler, tekdüzelikten kurtarır.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 41)

Animasyon ve görsel kullanımının alt temasına ait temalar Tablo 39’da verilmiştir.

Tablo 39

İçerikte konu ile ilgili animasyon ve görsellere yer verilmesinin videoyu izleme durumuna etkisi

Temalar	n	%
Olumlu etkiler	107	96
Anlamayı kolaylaştırır	58	52
Akılda kalıcılığı sağlar	4	4
Somutlaştırmayı sağlar	22	20
İzleme isteğim artar	18	16
Etkilemez	5	4

Tablo 39 incelendiğinde, katılımcılar içerikte konu ile animasyon ve görsellere yer verilmesinin videoyu izlenme durumuna olumlu etkisi olacağını belirtmiş ve 107 kişi (%96) olumlu etkiler, 5 kişi (%4) ise etkilemediğini belirtmiştir. Katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda verilmiştir:

- “Kesinlikle olumlu etkiler. Hem konuyu anlamamı kolaylaştırır, hem de dikkat süremi uzatır.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 20)
- “Anlam kolaylığı sağlar, akılda kalıcılık sağlar.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 70)
- “Kısa animasyonlar olabilir ama baştan sona animasyonsa itici oluyor.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 19)

- “Konuyu daha iyi kavrayabilmemi sağlar ve yorumlamama yardımcı olur.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 7)
- “Görselin etkileyciliğine göre isteği arttırır veya azaltır.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 95)
- “Konuyu anlamayı kolaylaştırır, bağlantı kurmamızı sağlar, somutlaştırır.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 56)
- “Aşırı olumlu etkiler ve daha rahat anlaşılır kılar.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 97)
- “Somutlaştırmayı kesinlikle kolaylaştırır ve kavrama süresini kısaltır.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 26)
- “İzleme isteğini arttırır.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 53)
- “Anlamayı kolaylaştırır daha fazla akılda kalıcı olur.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 42)

Yazı ve efekt kullanımı alt temasına ait temalar Tablo 40’da verilmiştir.

Tablo 40

İçerikte önemli yerlerin yazılar ve efektlerle vurgulanması videoyu izleme durumuna etkisi

Temalar	n	%
Olumlu etkiler	102	91
Anlamayı kolaylaştırır	57	51
Odaklanmamı kolaylaştırır	35	31
İlgi/dikkat çeker	54	48
Olumsuz etkiler (sık yapılması)	3	3
Etkilemez	7	6

Tablo 40 incelendiğinde, katılımcılar arasındaki 102 kişi (%91) içerikte önemli yerlerin yazılar ve efektlerle vurgulanmasının videoyu izlenme durumunu olumlu olarak etkilediğini, 3 kişi (%3) olumsuz etkilediğini ve 7 kişi (%6) etkilemediğini belirtmiştir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda verilmiştir:

- “Konu kafamda daha iyi şekillenir.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 33)
- “Çok iyi odaklıyor.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 82)
- “Dikkatimi çekmesini sağlar.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 38)
- “Sık olmadığı sürece iyi etkiler.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 46)
- “Hareketlilik katıyor.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 79)
- “Vurgulanmak istenen konu üzerine dikkatimi artırır.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 2)
- “Oraya odaklanıp daha beyne kazınır hale getirir.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 59)
- “Konuyu anlamayı kolaylaştırır, somutlaştırmayı kolaylaştırır, izleme isteğini artırır.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 25)

Fon müziği ve ses efekti kullanımı alt temasına ait temalar Tablo 41’de verilmiştir.

Tablo 41

İçerikte fon müziği ve ses efektleri kullanımının videoyu izleme durumuna etkisi

Temalar	n	%
Olumlu etkiler	90	80
Anlamayı kolaylaştırır	12	11
Gerektiğinde kullanıldığında	8	7
Motive eder	24	21
Uygun müzik seçilirse	4	4
İzleme isteğim artar	18	16
Ses düzeyi uygun ise	8	7
Etkilemez	9	8
Olumsuz etkiler	13	12
Uyumsuz, müzik seçimi	4	4
Ses seviyesinin yüksek olması	8	7
Ses seviyesinin konuşmacının sesinden yüksek olması	6	5
Dikkat dağıtır	4	4

Tablo 41 incelendiğinde, katılımcılar arasında içerikte fon müziği ve ses efektleri kullanımının video izleme durumuna etkisini %80’i olumlu etkilediğini, %12’si olumsuz etkilediğini ve %8’i ise etkilemediğini belirtmiştir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda verilmiştir:

- “İçerikle uyumlu bir fon müziği beni olumlu etkiler.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 98)
- “Gerekli yerlerinde evet İki unsur da kullanılmalı.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 24)
- “Müziğin sesi ile anlatıcının sesi ayarlanamazsa rahatsız ediyor. Müziğin sesi anlatıcının sesinden yüksek olmamalı.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 66)
- “Her zaman kullanmamalı önemli yerlerde kullanılmalı dikkat çekmeli.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 80)
- “Sıkıcılığı önler.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 18)
- “Konuşan kişinin ses seviyesine fazla yakın olduğunda videoyu izlemek istemiyorum ve kapatıyorum. Ayrıca sözsüz müziklerin kullanılması beni daha çok motive ediyor.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 12)
- “Ses ayarı yerindeyse olumlu etkileyebilir.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 5)
- “Oldukça sessiz olmalı, sadece beyin duymalı aksi takdirde dikkat dağıtıcı olur.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 23)

Başlangıç ve bitiş animasyonları kullanımının alt temasına ait temalar Tablo 42’de verilmiştir.

Tablo 42

İçerikte başlangıç ve bitiş animasyonlarının videoyu izleme durumuna etkisi

Temalar	n	%
Olumlu etkiler	85	76
Özgünlük katar	10	9
Motive eder	30	27
İzleme isteğim artar	23	21
Kanal ile bağ kurmamı sağlar	11	10

Tablo 42 (devamı)

İçerikte başlangıç ve bitiş animasyonlarının videoyu izleme durumuna etkisi (devamı)

Olumsuz etkiler	18	16
Başlangıç animasyonları	3	3
Animasyonların uzun süreli olması,	6	5
Etkilemez	9	8

Tablo 42’de katılımcılar, içerikte başlangıç ve bitiş animasyonlarının videoyu izleme durumuna etkisi olarak %76’sı olumlu etkilediği, %16’sı olumsuz etkilediği ve %8’i ise herhangi bir etkisinin olmadığını belirtmiştir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda verilmiştir:

- “Başlangıç animasyonu olmamalı, direk konuya girmeli.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 96)
- “Süreleri çok uzun olmadığı takdirde benim çok takıldığım bir mevzu değil.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 63)
- “Giriş animasyonu fazla uzun olursa ileri atlamaya sebebiyet vererek videonun baş kısmının kaçırılmasını sağlıyor.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 22)
- “Kanalın özgünlüğü fark edilir.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 78)
- “Hafızada kalmasını etkiler.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 54)
- “Kanalın markası gibi oluyor. Özenilmiş profesyonel bir kanal hissi uyandırıyor.”
- “Olmalı, ama kısa tutulmalı.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 7)
- “Kesinlikle olmalı. Kamera arkası gibi şeylerde olabilir.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 34)
- “Olmamalı / atlıyorum.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 53)
- “Videoyu kaliteli hissettirir.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 12)

Öneri videoları (bitiş kartları) kullanımı alt temasına ait temalar Tablo 43’te verilmiştir.

Tablo 43

İçerik sonundaki öneri videoları (bitiş kartları) videoyu izleme durumuna etkisi

Temalar	n	%
Olumlu etkiler	83	74
İzleme isteğim artar	31	28
Merak uyandırır	56	50
Etkilemez	28	25
Olumsuz Etkiler	1	1
Video sonunu görmeyi engellemesi	1	1

Tablo 43 incelendiğinde, içerik sonunda çıkan öneri videolarının (bitiş kartları) videoyu izleme durumuna etkisinin genel itibariye faydalı olduğunu ve katılımcıların %74'ü olumlu etkilediğini, %1'i olumsuz etkilediğini ve %25'i ise etkilemediğini belirtmiştir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda verilmiştir:

- “*Merak uyandırır, araştırma ve izlemeye teşvik eder.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 11)
- “*Eğer o videoyla alakalı ise merakımı artırır. Çok farklı bir konu ise hiç hoşuma gitmez.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 36)
- “*Etkilemez.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 74)
- “*İzlemeye teşvik eder, tabi konuya ve kapağa göre değişir.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 48)
- “*İlgimi çekebilir.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 17)
- “*Videodan aldığım verime bağlı olarak, diğer videoyu tercih etme durumum değişir.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 26)

İzleyici ile iletişim alt temasına ait temalar Tablo 44’te verilmiştir.

Tablo 44

Soru sorularak, cevabın yorumlara yazılmasının istenmesinin videoyu izleme durumuna etkisi

Temalar	n	%
Olumlu etkiler	85	76
Motive eder	26	23
Kanal ile bağ kurmamı sağlar	27	24
Konuyu anlamamı kolaylaştırır	9	8
Dikkatle izlememi sağlar	27	24
Kendimi sınamamı sağlar	5	4
Etkilemez	17	15
Olumsuz etkiler	10	9

Tablo 44’de YouTuber’ın izleyicilere soru sorarak, cevabın yorum kısmına yazılmasını istemesinin videoyu izleme durumuna etkisi incelendiğinde, katılımcıların %76’sı olumlu etkilediğini, %15’i etkilemediğini ve %9’u ise olumsuz etkilediğini belirtmiştir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda belirtilmiştir:

- “Çok itici, yazacak olsam kendi isteğimle yazarım, öyle dedikleri zaman yazmıyorum.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 59)
- “Bence çoğunluk cevabını verdikten sonra cevabı söylenmeli böylece kanal ile daha güçlü bir bağ oluşur.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 67)
- “Araştırmaya yönlendirir.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 102)
- “Diğer insanların bakış açısını öğrenebilmemi sağlar ve kendimi geliştirmemi sağlar.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 85)
- “Kanal ile bağ kurmamı sağlar ve odaklanmamı sağlar.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 64)
- “Kendimi test etmemi sağlar. Bence olmalı.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 6)
- “Tartışma ortamı oluşturur.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 18)
- “Videoyu daha dikkatli izlememi sağlar.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 31)

Ortam Tasarımı ve Arka Plan Tasarımı alt temasına ait temalar Tablo 45’te verilmiştir.

Tablo 45

Ortam tasarımı, arka plan tasarımında olması gereken özellikler

Temalar	n	%
Sade tasarım	88	78
Abartılı olmamalı	6	5
Canlı ve uyumlu renkler	24	21
Konuyla uyumlu	30	27
İlgisiz nesne olmamalı	6	5
Düzenli	22	20
Dikkat dağıtmamalı	38	34
Önemsiz	1	1

Tablo 45 incelendiğinde, katılımcıların ortam tasarımı ve arka plan tasarımında sade tasarım (%78) kullanılmasının gerektiğine vurgu yapılmıştır. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda belirtilmiştir:

- “*Arka plan bomboş olmalı ve sadece konuya odaklanılmalı, diğer detaylar dikkat dağıtıyor.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 26)
- “*Sade olmalı, dikkat dağıtmamalı, düzenli olmalı, konuyla ilgili olmalı, ilgisiz nesne/yazı/görsel olmamalı.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 3)
- “*Renkleri/canlı uyumlu olmalı, konuyla ilgili olmalı.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 50)
- “*Sade ve özgün*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 86)
- “*Renk bütünlüğü, konu ile ilgili olmalı dikkat dağıtmayan gözü yormayan arka plan tercih edilmeli.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 73)

Konu anlatım özellikleri alt temasına ait temalar Tablo 46’da verilmiştir.

Tablo 46

Konu anlatım özelliklerinin video izlenmesine etkisi

Temalar	n	%
Olumlu	112	100
Sade, akıcı, net, açıklayıcı anlatım	21	19
Anlatım kısa tutulmalı	4	4
Güncel, günlük hayattan örnekler olmalı	57	51
Ön bilgi vermeli	42	38
Dikkat çekici olmalı	52	46
Videoya dikkat çekici giriş yapılmalı	28	25
Görsel ve efektlerle desteklenmeli	13	12
Eğlenceli olmalı	6	5

Tablo 46’de katılımcıların tamamı konu anlatım özelliklerinin video izlenmesine etkisinin önemli olduğunu belirtirken, videoların güncel, günlük hayattan örnekler olmalı şeklinde belirten kalımcı sayısı 57 (%51) iken anlatım kısa tutulmalı şeklinde belirtenlerin sayısı ise 4 (%4) kişidir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda belirtilmiştir:

- “*Konuya direkt bağlanmamalı ve konu öncesinde anlatılan şeyin konu hakkında kaba taslak ve temel bilgiler vermesi iyi olur; ayrıca günlük hayattan örnekler eksik olmamalı.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 34)
- “*Konu açık bir şekilde ve sıkıcı olmaktan uzak anlatılmalı, daha sonra örneklerle somutlaştırılmalıdır.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 39)
- “*Giriş benim için en önemli bölüm. Çünkü ilgi çekici bir giriş benim videoya devam etmemi sağlar ve kesinlikle günlük hayattan örneklerle konuyu pekiştirmeli.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 66)
- “*Dikkat çekici bir giriş yapılmalı, aşırı detay vermekten kaçınılmalı, merak edenler için kaynak önerilerinde bulunulmalı.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 81)
- “*Sempatik bir yüz, akıcı bir dil, deneysel anlatım, animasyonla destek, komik bir arkadaşı.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 27)

- “Çeşitli görsellerle desteklenmeli güncel örnekler verilmeli.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 42)
- “İçerisinde komik espriler olmalı, örnekler verilmeli, dikkat çekmeli.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 85)
- “Giriş yapılması dikkat çekici olması ve yorumlara yazmamız istenilen konuyla ilgili bir soru olması lazım.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 73)

4.2.4. Kanal İzleyicilerine göre, Eğitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Etmenlere İlişkin Bulgular ve Yorumları

YouTube platformunda eğitici içeriklerin izlenme durumunu etkileyen öğeleri tespit edebilmek amacı ile izleyicilere aşağıdaki sorular sorulmuştur. Soruların yanıtları analiz edildiğinde “izlenmeyi olumlu etkileyen durumlar” ve “izlenmeyi olumsuz etkileyen durumlar” olmak üzere ortak iki ana tema belirlenmiştir. Bu tema Tablo 47’de verilmiştir.

Tablo 47

İzlenmeyi olumlu ve olumsuz etkileyen durumlar

İzlenmeyi Olumlu Etkileyen Durumlar

Tasarım Öğeleri Açısından

- Ses seviyesinin yeterli olması (fon müzik, ses efekti kullanımı ve anlatıcı sesi)
- YouTuber (diksiyonu, sesi)
- Anlatım şekli (sade, anlaşılır, akıcı)
- Kurgu (eğlenceli, sürükleyici, maceralı, şaşırtıcı)
- Görsellerle desteklenmesi
 - Konuyla ilgili doğru ve uyumlu görsel kullanımı
 - Dikkat çekici görsel kullanımı
 - Animasyon kullanımı
- Konu bütünlüğü (konu dışına çıkılmamalı, anlatım uzatılmamalı)
- Sade arka plan ve düzenli ortam tasarımı

Diğer Öğeler Açısından

- Dikkat çekici olması
- Merak uyandırması
- Eğitici, ihtiyacını karşılaması
- Espiri ve çekim ekibiyle kısa diyaloglar
- Faydalı, eğlenceli
- İzlenme sayısı, süre, örnek içermesi

Tablo 47 (devamı)

İzlenmeyi olumlu ve olumsuz etkileyen durumlar (devamı)

İzlenmeyi Olumsuz Etkileyen Etmenler
Videonun görüntü kalitesinin düşük olması
Kaynağın güncel olmaması ve yetersizliği
Konusu (Sıradan, sıkıcı, önemsiz)
Anlatım şekli
Hızlı, karmaşık, uzun, sıkıcı
Bilinmeyen terim fazlalığı
Absürt şaka ve argo kullanımı
Monoton olması
Yanlış/tafırlı bilgi içermesi
Yararlı olmaması
Fazla reklam içermesi

Tablo 47’de izlenmeyi olumlu ve olumsuz etkileyen temalardan olumlu etkileyen temalar arasında tasarım öğeleri teması tespit edilmiştir. Her bir sorudan elde edilen alt temalar ise ayrı ayrı belirtilmiştir.

İzleyicilerin YouTube platformunda eğitici bir videoyu ilk gördüğü anda tıklama sebepleri alt temasına ait temalar Tablo 48’de verilmiştir.

Tablo 48

İzlenilmeye başlanan eğitici bir YouTube içeriğinin sonuna kadar izlenme sebepleri

Temalar	n	%
Tasarım öğeleri açısından		
Konusu	66	59
Başlığı	29	26
YouTuber (Anlatıcı)	24	21
Kapak resmi	24	21
Diğer öğeler açısından		
Öğrenmeye katkı	7	6
İhtiyacımı karşılaması	5	4
İlgi alanım olması	8	7
Merak duygusu	6	5
Dikkat çekici olması	25	22

Tablo 48’de izleyicilerin YouTube platformunda eğitici bir içeriği ilk anda tıklama sebepleri arasında en fazla “konu” teması öne çıkmıştır. Bu temayla birlikte sırasıyla başlık, YouTuber ve kapak resmi temaları tasarım öğeleriyle ilgili temalar olarak belirlenmiştir.

İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda belirtilmiştir:

- “*Videoyu paylaşan kişi, konusunun alanımla veya ilgimi çeken bir konuyla ilgili olması.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 55)
- “*Dikkat çekici olması ve benim yararına olduğunu düşünmemi sağlaması.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 37)
- “*Konu, Başlık, YouTuber... Kapak resminin pek de önemi yok.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 34)
- “*Dikkatimi çekmesi, merak uyandırması.*” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 6)

İzleyicilerin videoyu izlemeye başladıktan sonra, sonuna kadar izlemesini sağlayan sebepler alt temasına ait temalar Tablo 49’da verilmiştir.

Tablo 49

İzlenilmeye başlanan eğitici bir YouTube içeriğinin sonuna kadar izlenme sebepleri

Temalar	n	%
Tasarım öğeleri açısından		
Anlatım biçimi (akıcı, sade, anlaşılır, akılda kalıcı, kısa, eğlenceli, basit, konu dışına çıkmadan, örneklendirerek)	61	54
Görsellerle desteklenmesi, görsel ve ses efekti kullanımı(konuyla ilgili, dikkat çekici, doğru, uyumlu)	18	16
YouTuber (sesi, diksiyon, konu hakimiyeti)	12	11
Konusu (dikkat çekici, yararlı, güncel)	24	21
Kurgu (mantıklı, tutarlı, zengin)	12	11

Tablo 49

İzlenilmeye başlanan eğitici bir YouTube içeriğinin sonuna kadar izlenme sebepleri

Diğer öğeler açısından		
Eğlenceli (espiri)	10	9
Faydalı	14	13
Bilgi vermesi (bilimsel, eğitici)	9	8
İlgi çekici olması	14	13
Merak uyandırması	11	10
Başlık, kapak, konunun doğru ve tutarlı olması	2	2

Tablo 49’da tasarım öğeleri açısından, izlenilmeye başlanan eğitici bir YouTube içeriğinin sonuna kadar izlenme sebeplerinde katılımcılar arasından 61 kişi (%54) anlatım biçiminin etkili olduğunu belirtirken, diğer öğeler açısından sonuna kadar izlenme sebeplerinin ise 13 (%14) kişi ile ilgi çekici olmasının etkili olduğunu belirtmiştir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda belirtilmiştir:

- “Merak uyandırması, aklımdaki sorulara cevap veriyor olması, clickbait olmaması.”(İzleyici görüşme formu, İzleyici 57)
- “Konunun örneklerle ve eğlenceli bir şekilde anlatılması.”(İzleyici görüşme formu, İzleyici 31)
- “Anlatıcının ses tonu, diksiyonu, tonlaması, okuyormuş gibi anlatmaması.”(İzleyici görüşme formu, İzleyici 62)
- “Öncelikle videoda anlatıcı görevi üstlenen kişinin diksiyonu ve konuşması beni çok etkiliyor. Video konusundan ayrı yerlere sapılmamalı. Ve anlatılan konunun görsellerde vs. unsurlarla desteklenmesi gerektiğini düşünmekteyim.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 45)
- “Videoyu açmadan önceki beklentimi karşılaması izlemem için yeterli.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 73)
- “Örneklendirici olması, görsel unsurların etkisi ve sürükleyicilik.”(İzleyici görüşme formu, İzleyici 8)

İzleyicilerin eğitici bir içeriği tamamını izlemeden bırakma sebepleri alt temasına ait temalar Tablo 50’de verilmiştir.

Tablo 50

İzleyicilerin eğitici içeriklerin tamamını izlemeden bırakma sebepleri

Temalar	N	%
Tasarım öğeleri açısından		
Anlatım biçimi (gereksiz uzun, hızlı, karmaşık, bilinmeyen terim fazlalığı, monoton, absürt şaka, konu dışına çıkılması, uzun giriş yapılması)	45	40
Konu (sıradan)	26	23
Ses ayarları	14	13
Fon müzik kullanımı	6	5
YouTuber (sesi, diksiyon, antipatik olması)	4	4
Yetersiz kurgu (Tek düze format, sıradan, monoton)	33	29
Sıkıcı olması	51	46
Tasarımı (Başlık-kapak-konu uyumsuzluğu, görsel kullanılmaması)	6	5
Diğer öğeler açısından		
Kaynak yetersizliği (Güncel olmaması, yanlış, taraflı, gerçek dışı)	6	5
Yararlı olmaması	6	5
Diğer nedenler (fazla reklam, video kalitesinin düşük olması)	8	7

Tablo 50’de izleyicilerin eğitici içeriklerin tamamını izlemeden bırakma sebepleri olarak, tasarım öğeleri açısından 45 kişi (%40) ile anlatım biçimi ön plana çıkarken, diğer öğeler açısından incelendiğinde 8 kişi (%7) ile fazla reklam veya video kalitesinin etkili olduğunu belirtmiştir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda belirtilmiştir:

- “Konu başlığının dışına çıkılıyorsa ve anlamına hakim olmadığım terimler çokça kullanılıyorsa genelde videoyu sonuna kadar izlemem.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 103)
- “Anlatan kişinin ses tonu, fazla detaylı ve sıkıcı şekilde anlatılması, görsellerle desteklenmemesi.”(İzleyici görüşme formu, İzleyici 14)
- “Anlatıcının antipatik olması veya lafi gereksiz uzatması.”(İzleyici görüşme formu, İzleyici 4)

- “Karmaşık anlatılması, başlık veya kapaktaki içeriğe sahip olmaması.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 92)
- “Uzun outrolar, gereksiz ayrıntılar, karmaşık anlatım, tek düze formatta anlatılması.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 68)
- “Sıkıcı anlatım, video kalitesi, kötü kaynak araştırması paylaşımı.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 47)

Basfi ile Deneysel Bilim kanalı içeriklerinin izlenme sebepleri alt temasına ait temalar Tablo 51’de verilmiştir.

Tablo 51

Basfi ile Deneysel Bilim Kanalı içeriklerinin izlenme sebebi/sebepleri

Temalar	n	%
Tasarım öğeleri açısından		
Anlatım biçimi (akıcı, basit, sade, açıklayıcı)	27	24
Deneysel anlatım	6	5
YouTuber’ın kendine özgü anlatım tarzı (espirili, eğlenceli)	7	6
Görsel İçerikle desteklenmesi (kaliteli, profesyonel, özenli)	12	11
Konu Seçimi	63	56
Eğitici (bilgilendirici, günlük hayatla bağlantılı, gerçek hayata hazırlayan)	33	29
Merak uyandırması (bilimsel merak, ilgi çekici ve uygulanabilir deneyler)	30	27
İçerik metni tasarımı (iyi kurgu, güvenilir kaynak, özgün)	10	9
Diğer öğeler açısından		
Eğlenceli olması	34	30
Samimi olması (izleyici ile bağ kurulması, çekim ekibi ile etkileşim)	4	4
YouTuber’ın karakteri (sempatik, güler yüzlü, popüler)	13	12
Diğer (her kesime hitap etmesi, faydalı olması, özgün olması, abone sayısının yüksek olması, içerik sayısının yüksek olması)	9	8

Tablo 51’de Basfi ile Deneysel Bilim Kanalı içeriklerinin izlenme sebebi/sebepleri olarak tasarım öğeleri açısından incelendiğinde katılımcılardan 63 kişi (%53) konu seçiminin etkili olduğunu belirtirken diğer öğeler açısından incelendiğinde katılımcılardan 34 kişi (%30) eğlenceli olmasının etkili olduğunu belirtmiştir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda belirtilmiştir:

- *“Sunucu anlatımı, dikkat çekici konular, deneyle desteklenmesi, komik olması.”* (İzleyici görüşme formu, İzleyici 37)
- *“Eğlenceyle öğrenimi birleştirmiş olduğu için.”* (İzleyici görüşme formu, İzleyici 64)
- *“Belirli bir anlatım tarzına sahip olması, YouTuber’ın konuları eğlenceli ve anlaşılabilir anlatması, videoları uygulayabileceğim etkinliklerle dolması.”* (İzleyici görüşme formu, İzleyici 72)
- *“Verdiği bilginin güvenilir oluşu.”* (İzleyici görüşme formu, İzleyici 44)
- *“Anlatıcının anlatım yeteneği, espri kabiliyeti, içeriğin geniş bir kitleye hitap etmesi ve ilgi çekici olması, çekim ekibi ile olan etkileşimler, canlı anlatım, çekici görsellere ve animasyonlara yer verilmesi, iyi bir içerik metni tasarlanması.”* (İzleyici görüşme formu, İzleyici 35)
- *“Profesyonel ve özenli hazırlanması, anlatıcının sempatik olması.”* (İzleyici görüşme formu, İzleyici 24)
- *“Uygulanabilir içerik ve günlük hayattan olması.”* (İzleyici görüşme formu, İzleyici 98)
- *“Konuların merak uyandırması ve eğitici olması.”* (İzleyici görüşme formu, İzleyici 41)
- *“Sunucunun eğlenceli ve iyi bir anlatımı olması, videoların kurguları ve animasyonlarının profesyonel olması, anlatım metninin çok iyi hazırlanması.”* (İzleyici görüşme formu, İzleyici 62)

Basfi ile Deneysel Bilim kanalını diğer eğitici kanallardan ayırt eden özellikler alt temasına ait temalar Tablo 52’de verilmiştir.

Tablo 52

Basfi İle Denysel Bilim kanalındaki içerikleri YouTube’daki diğer eğitici içeriklerden ayırt eden özellikler

Temalar	n	%
Tasarım öğeleri açısından		
Anlatım biçimi (akıcı, basit, sade, deneysel, eğlenceli)	32	29
YouTuberin kendine özgü anlatımı	15	13
Konu seçimi (Eğitici, bilgilendirici, öğretici, dikkat çekici konu, çocuklara uygun, günlük hayatla bağlantılı)	38	34
Uygulanabilecek etkinlikler içermesi (pratik deneyler)	27	24
YouTuber’ın (mizacı, diksiyonu,)	7	6
Diğer öğeler açısından		
Eğlenceli olması	71	64
Sınav kaygısı oluşturmaması	18	16
Samimi, çekim ekibi iletişim, herkese hitap etmesi	6	5
Argo kelime kullanılmaması, profesyonel olması,	6	5

Tablo 52’de Basfi İle Denysel Bilim kanalındaki içerikleri YouTube’daki diğer eğitici içeriklerden ayırt eden özellikler incelendiğinde, tasarım öğeleri açısından 38 kişi (%34) konu seçiminin etkili olduğunu belirtirken, diğer öğeler açısından incelendiğinde 71 kişi (%64) eğlenceli olmasının etkili olduğunu belirtmiştir. İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda belirtilmiştir:

- “Etkinlikler yaparak, günlük hayattan örnekler vererek daha iyi anlatım sağlaması ve tabiki de YouTuber’ın anlatım tarzı. Ha bir de en önemli konu olarak çevre kirliliğine vurgu yapması.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 74)
- “Sınav kaygısı oluşturmaması, eğlenceli olması, uygulanabilecek etkinliklerin olması, anlatım tarzı ve videoda bir söyleşi tarzı olması.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 5)
- “Atakan Abi’nin çekmesi.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 63)

- “Anlatıcının iyi bir mizaca sahip olması ile eğlenceli olması, anlatıcının anlatım tarzı, çekim ekibiyle olan etkileşimler.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 17)
- “Neşeli ve samimi olması.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 46)
- “Basit bir anlatım var, akılda kalıcı, görsellerle destekleniyor ve samimi bir kanal.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 68)
- “Basfi'nin her daim bilgilendirmesi ve işini hakkıyla yapması.” (İzleyici görüşme formu, İzleyici 77)

Ek olarak sunulan görüşler alt temasına ait temalar Tablo 53’de verimiştir.

Tablo 53

Görüş olarak eklenenler

Temalar	n	%
Tasarım öğeleri açısından		
Arka planın sadeleştirilmesi	2	2
Diğer öğeler açısından		
Öneri		
Eğitici içerikler artmalı (Merak uyandıran, kaliteli (profesyonel), uzman kişiler tarafından hazırlanmalı, ileri düzey)	32	29
YouTube’ daki eğitici içerikler artmalı (Vlog, kamera arkası, short tarzı farklı tarzda eğitici içeriklerin yayınlanmalı, trendlere girmeli, eğitici içeriklerle ilgili reklam verilmeli)	7	6
Konu seçimi (Günlük hayattan örnekler, sınav konuları, izleyicilerin önerdiği konular)	5	4
Süre uzun olmamalı (15 dakikayı aşmamalı)	5	4
Memnuniyet		
(Faydalı bulma, gerekli bulma, kanalı beğenme, YouTuber’ ı beğenme, YouTube’u eğitici amaçla kullanıma uygun bulma, herkese hitap etmesini verimli bulma)	23	21

Tablo 53’te katılımcıların ek olarak sunulan görüşlerinde 32 kişi (%29) eğitici video içeriklerin arttırılarak (merak uyandıran, kaliteli (profesyonel), uzman kişiler tarafından hazırlanmalı) olarak belirtilirken, 23 kişi (%21) eğitici video içeriklerini faydalı

bulduklarını ve beğendiklerini belirtmişlerdir. İleri düzey İlgili soruya katılımcıların verdikleri bazı cevaplar, temalardan bağımsız olarak aşağıda belirtilmiştir:

- *“Arka planı sadeleştirmeyi düşünebilirsiniz.”* (İzleyici görüşme formu, *İzleyici 8*)
- *“Bu tarz eğitici yayınların çoğalması iyi olur. İnternet kirliliğinin yoğun olduğunu düşünürsek olumlu bir program olmuş.”* (İzleyici görüşme formu, *İzleyici 18*)
- *“Merak uyandıran eğitici içerikler artmalı fakat bilinçli bir şekilde uzman kişilerce hazırlanmalıdır.”* (İzleyici görüşme formu, *İzleyici 51*)
- *“Eğitici içerikler artmalı ve önerilere daha fazla düşmeli.”* (İzleyici görüşme formu, *İzleyici 27*)
- *“Eğitici içerikleri izlemeye teşvik eden reklamlar olmalı.”* (İzleyici görüşme formu, *İzleyici 66*)
- *“En sonda küçük bir kamera arkası olsa çok iyi olur.”* (İzleyici görüşme formu, *İzleyici 37*)
- *“Eğitici içerikler daha kaliteli olmalı, süreleri 15 dakikayı aşmamalı, eğlenceli olmalı.”* (İzleyici görüşme formu, *İzleyici 21*)

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmanın amaç, yöntem ve bulguları özetlenerek araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda ulaşılan sonuçlar, sonuçlara ilişkin tartışma ve araştırmacı ve uygulayıcılara yönelik önerilere yer verilmiştir.

5.1. Sonuç

Bu araştırmada YouTube platformunda öne çıkan eğitsel bir YouTube kanalının ait videolarında benimsenen, tasarım özellikleri ve program öğelerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı bu araştırma seçilen eğitsel videoların analizi yapılmıştır. Çalışmada, kanal videolarının içerik analizine için araştırmacı tarafından geliştirilen tematik analiz matrisi kullanılmıştır. Kanalın içerik üreticisinin ve kanal izleyicilerinin görüşlerinin belirlenmesi aşamasında araştırmacı tarafından oluşturulan “yarı yapılandırılmış görüşme formu” kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlar ve sonuçlara ilişkin tartışma sunulmuştur.

5.1.1. Popüler Bir Eğitici YouTube Kanalındaki Eğitsel Videoların Tasarım Özelliklerine İlişkin Tartışma ve Sonuçlar

Yapılan araştırmada YouTube kanalına ait videoların analizinden elde edilen bulgulara göre; videoların Mayer’in çoklu ortam tasarım ilkelerine büyük ölçüde uyum sağladığı görülmektedir. Videoların çoklu ortam tasarım ilkelerinden başarıyla uyum sağladığı ilkeler; çoklu ortam, sinyal, gereksizlik, uzamsal yakınlık, zamansal yakınlık, ön eğitim, kişiselleştirme, ses, sunum türü, görüntü, düzenleme (somutlaştırma) ilkeleridir. Videoların uyum sağlamakta zayıf olduğu ilkeler, bölümlenme ve üretken etkinlik ilkeleridir. Videolar tutarlılık ilkesine ise kısmen uyum sağlamaktadır. Bu çalışma sonucunda YouTube platformunda öne çıkan eğitici içeriklerinin çoklu ortam tasarım ilkelerine uyum düzeyi tespit edilmiştir. Bu çalışma da dahil olmak üzere farklı dijital platformlardaki eğitici içeriklerin çoklu ortam tasarım ilkelerine uyum düzeylerinin tespit edildiği güncel çalışmalar olduğu görülmektedir (Ör: Bulduk, 2016; Taş Alicenap ve San,

2019; İşbulan, vd. 2020; Özerbaş vd., 2021; Ülker 2021; Kaleli 2022). Diğer taraftan çoklu ortam ilkelerini oluşturan Mayer ise, etkili eğitici videoların nasıl tasarlanacağına ilişkin, öğretmenlerin yer aldığı eğitici videolarda çoklu ortam ilkelerine yönelik çalışmalarını sürdürmektedir (Mayer, 2021). Dolayısı ile farklı dijital platformlardaki eğitici içerikler çoklu ortam tasarım ilkeleri doğrultusunda değerlendirilmektedir. Bu bağlamda geniş bir kitle tarafından kullanılan YouTube platformunda öne çıkan eğitici içeriklerin, çoklu ortam tasarım özellikleri bakımından incelenmesinin, farklı dijital platformlarda yayınlanacak eğitici içeriklerin üretim sürecine olumlu katkı sağladığı düşünülmektedir.

Analiz edilen videoların “çoklu ortam” ilkesine uyum sağladığı, videolarda animasyon, resim gibi görsel öğelerle zenginleştirildiği bununla birlikte ses öğelerinin kullanıldığı görülmüştür. Alanyazında yapılan çalışmalarda otomobilin fren sistemi, yıldırım, elektrik jeneratörlerinin ve pompaların işleyişi konusunda yapılan 11 deneyden tamamında metinle birlikte animasyon ya da sözlü anlatımdan öğrenen öğrencilerin test sonuçları, sadece metinle öğrenenlerden daha yüksek bulunmuştur (Mayer ve Anderson, 1991; Mayer vd., 1996; Moreno ve Mayer, 1999). Benzer çalışmalarda da metnin animasyon ya da sözlü anlatımla desteklendiği anlatımların daha etkili olduğu sonucuna ulaşıldığı (Butcher, 2006; Cuevas, Fiore ve Oser, 2002; Yue vd., 2013), eğitici video tasarımı için çoklu ortam ilkesinin en merkezi ve kapsayıcı ilke olduğu (Mayer, 2020), görüntü ve ses unsurunun birlikte kullanıldığı materyallerin, beynin sözel ve görsel kanallarında yük oluşturmadığı belirtilmektedir (Kaleli, 2022: 12). Bu sonuçlar, araştırmanın çoklu ortam ilkesi bulgularıyla örtüşmektedir.

Videolardaki yazı ve görsellerin yakın konumda sunulması ile “uzamsal yakınlık” ilkesine uyum sağlandığı görülmektedir. Bir içeriğin görsel tasarımında,uzamsal yakınlık ilkesi dikkate alınarak birbiriyle bağlantılı olanguörsel ve açıklamaların birlikte kullanılması gerekir (Tezci, 2006: 121). Alanyazında dijital ortamlarda uzamsal bitişiklik ilkesinin etkisinin araştırıldığı çalışmalarda, uzamsal bitişiklik ilkesine uyumlu ortamların öğrencilerin öğrenme transferlerini olumlu etkilediği belirtilmektedir (Kester, Kirschner ve Merriënboer, 2005; Pociask ve Morrison, 2008 ; Johnson ve Mayer, 2012). Bu çalışmaların bulguları, çalışmanın uzamsal yakınlık ilkesi bulgularını desteklemektedir. Videolarda anlatım sırasında ve animasyon gösterimlerinde yazı ve görsellerin eş zamanlı sunulması “zamansal yakınlık” ilkesinden yararlanıldığını göstermektedir. Alanyazında yapılan

çalışmalarda, bisiklet lastik pompasının işleyişine yönelik animasyon birinci gruba anlatımla eş zamanlı olarak; ikinci gruba anlatımdan sonra sunulmuş; anlatımla eş zamanlı olarak animasyonu izleyen grubun test sonuçları daha başarılı çıkmıştır (Fiorella ve Mayer, 2014; Mayer ve Anderson, 1991; Mayer, Moreno, Boire ve Vagge, 1999). Bu çalışmaların bulguları, çalışmanın zamansal yakınlık ilkesi bulgularını desteklemektedir.

Videoların animasyon bölümlerinde görsel kullanımı ve sesli anlatım tekniği bir arada yer alırken, anlatılanlar yazı halinde sunulmamaktadır. Dolayısı ile “gereksizlik” ilkesine uyum sağlanmaktadır. Alanyazında gereksizlik ilkesine yönelik, açıklamalı anlatım ve yazılı metin desteği ile animasyon izleyen iki grupların karşılaştırıldığı çalışmalarda, öğrenenlerin problem çözme testi sonuçları karşılaştırılmış, gereksizlik ilkesine uyulmayan ortamlardaki sonuçlar daha düşük bulunmuştur (Mayer ve Moreno, 2002; Craig, Gholson ve Driscoll, 2002; Austin, 2009). Gereksizlik ilkesine yönelik farklı çalışmalarda, sunum esnasındaki kelimelerin, ekranda yazılı olarak görülmesinin bilişsel yük oluşturduğu ve öğrenme sürecine olumsuz etkilediği bilinmektedir (Leahy, Chandler ve Sweller, 2003; Kalyuga, Chandler ve Sweller, 2004; Jamet ve Le Bohec, 2007). Bu çalışmaların bulguları, çalışmanın gereksizlik ilkesi bulgularını desteklemektedir. Videoların başlangıcında, doğrudan bilgi sunumuna ve deney yapımına geçilmemekte, ana konuya ve özelliklerine vurgu yapılmaktadır. Bu bağlamda “ön alıştırma” ilkesi sağlanmaktadır. Alanyazında çoklu ortamla ilgili yapılan çalışmalarda da ön bilgi alan öğrencilerin, almayanlara göre daha başarılı olduğu belirtilmiştir (Mayer, Mathias ve Wetzell, 2002; Kester vd., 2005; Eitel vd., 2013).

Videolarda Basfi karakteri deney malzemelerini eliyle ayrı ayrı göstererek dikkat çekmekte, animasyonda ya da görsellerde ise önemli noktalar görsel efektlerle vurgulanmaktadır. Bu bağlamda “sinyal ilkesinden” yararlanılmaktadır. Alanyazında vurgulamanın, öğretim için tasarlanan bir araçta en can alıcı nokta olmakla birlikte, materyalin bütününe baskın olması gerektiği belirtilmektedir. (Kılıç ve Seven, 2006: 123). Alanyazında sinyal ilkesine yönelik yapılmış farklı çalışmalarda da vurgu, işaret, ses gibi görsel ve sesli uyarılarla verilen sinyallerin öğrenme durumlarını olumlu etkilediği tespit edilmiştir (Mautone ve Mayer, 2007; Özçelik, Arslan-Ari ve Çağıltay, 2010; De Koning, Tabbers, Rikers ve Paas, 2010). Bununla birlikte sinyal ilkesinin öğrenme durumlarındaki etkisini göz hareketi verileriyle inceleyen çalışmada, sinyal ilkesi kullanımının öğrencilerin

dikkatinin ilgili kelimelere yönelterek bilişsel yükü azalttığı sonuçlarına ulaşılmıştır (Dönmez vd., 2018). Dolayısı ile alanyazındaki bu çalışmaların bulguları çalışmanın sinyal ilkesi bulgularını desteklemektedir.

Videolarda anlatım ana karakter olan Basfi tarafından sözlü olarak yapılmakta, videoda yazılı ifade ile sunuma yer verilmemesi sebebi ile “sunum türü” ilkesine uyum sağlanmaktadır. Biçim ilkesine yönelik yapılan benzer çalışmalarda da anlatım ve sunumun, ekran metni ve sunuma göre daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Harskamp, Mayer ve Suhre, 2007; Craig vd., 2002; Mayer ve Moreno, 2002; Oneil vd., 2000; Wouters, Paas ve van Merriënboer, 2009; Mayer vd., 2019). Bu çalışmaların bulguları çalışmanın sunum türü ilkesi bulgularını desteklemektedir. Videolarda Basfi karakteri, deneyi yapan aktif kişi olarak dinamik hareketlerde bulunmakta, konu anlatımı esnasında ise izleyicilerle göz teması kurmakta, konu ile ilgili çekim ekibi ile şakalar yapmakta, şaşırma, merak etme, eğlenme gibi duygu durumlarını barındıran jest ve mimiklere yer vermektedir. Sadece animasyondan oluşan video analizlerinde, görsel olarak aktif bir anlatıcı ya da öğretici olmaması sebebi ile “düzenleme ilkesi” değerlendirilmemiştir; deney videolarında ise “düzenleme” ilkesinden yararlanıldığı tespit edilmiştir. Alanyazında düzenleme ilkesinin farklı yönlerden ele alındığı çalışmalar bulunmaktadır. Düzenleme ilkesine yönelik çalışmada, düşük bilgi düzeyindeki öğrencilerin, öğretmenin çizim yaptığı ders anlatımlarında transfer testlerinde daha iyi performans gösterdikleri (Fiorella ve Mayer, 2016) belirtilmiştir. Aynı ilkeye yönelik diğer çalışmalarda öğretim elemanının göz temasını sürdürdüğü zamanlarda, göz teması kurmadığı zamana göre öğrencilerin transfer testinde daha başarılı olduğu (Fiorella vd., 2020); kimya üzerine eğitici video dersleriyle yapılan deneylerde de benzer sonuçlara ulaşıldığı belirtilmektedir (Stull, Fiorella ve Mayer, 2018; Stull, Fiorella, Gainer vd., 2018). Diğer bir çalışmada ise devre kartı üzerinde elektronik devre oluşturulan bir videonun birinci şahıs ve üçüncü şahıs bakış açısı ile iki deney gerçekleştirilmekte, çalışma sonucunda birinci şahıs bakış açısıyla yapılan deneyde öğrencilerin transfer testi sonuçları daha başarılı bulunmaktadır (Fiorella vd., 2017). Bu bağlamda alanyazında eğitmen düzenlemesine yönelik çelişkili kanıtlar bulunmaktadır (Mayer, 2021).

Basfi karakteri akademik bir dil yerine günlük konuşma dili kullanmakta, izleyicilere “arkadaşlar” ifadesi ile seslenirken, çekim ekibi ile diyalogunda ise “ben” ve

“sen” tekil şahıslarını kullanarak konuşmaktadır. Bu bağlamda “kişiselleştirme” ilkesinden yararlanılmaktadır. Alanyazında kişiselleştirme ilkesi ile ilgili solunum sistemi ve şimşek fırtınalarının konu edildiği çalışmalarda dahil 5 çalışmanın tamamında eğitmenin resmi dil yerine konuşma dili kullandığında, öğrencilerin transfer testlerinin daha başarılı olduğu belirtilmiştir (Mayer vd., 2004; Moreno ve Mayer, 2000b). Dolayısı ile alanyazındaki bu çalışmaların bulguları çalışmanın kişiselleştirme ilkesi bulgularını desteklemektedir.

Video boyunca anlatım Basfi tarafından kendi sesi ile yapılmakta, doğal gülme davranışlarına sırasında da yapay gülme efekti bulunmamaktadır. Dolayısı ile videoda gerçek insan sesi kullanılmaktadır. Bu bağlamda “ses” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir. Alanyazında ses ilkesine yönelik yapılan çalışmalarda makine sesi yerine insan sesi kullanımının daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmış güneş pilleri (Mayer ve DaPra, 2012), şimşek fırtınaları (Mayer vd., 2003), problem çözümü (Atkinson vd., 2005) konusunda çalışmalar bulunmakta; bu çalışmaların bulguları çalışmanın ses ilkesi bulgularını desteklemektedir.

Animasyon ya da görsel bölümlerde ise Basfi'nin sadece sesi kullanılmakta, ayrıca resim ya da video olarak anlatıcı görüntüsüne yer verilmemektedir. Bu bağlamda “görüntü” ilkesinden yararlanıldığı görülmektedir. Alanyazında yapılan çalışmada ise öğretici görüntüsünü gören öğrencilerin, görmeyenlere göre daha olumlu bir ders ortamı olduğunu belirtmesine rağmen, öğrenenlerin yarısından az bir bölümünün öğretici görüntüsünün olmadığı videoları izlemeyi tercih ettiği, bu durumun nedenleri arasında dikkat dağılmasını engellemek olduğu da bilinmektedir (Kizilcec, Bailenson ve Gomez, 2015). Bununla birlikte alanyazında yapılan çalışmalarda slayt gösterisi ile yapılan iki deney ortamında öğretmen ait sabit resmin bulunmadığı ortamdaki öğrenenlerin transfer testi sonuçlarının daha yüksek çıktığı belirtilmiştir (Mayer ve Da Pra, 2012; Wang vd., 2018).

Videolardan, animasyon videoları “tutarlılık” ilkesine uyum sağlamakta, deney videoları ise kısmen uyum sağlamaktadır. Videolarda ortamda sadece gerekli olan malzemeler bulunması, deneyin canlandırıldığı animasyon bölümlerinde ilgili kavramlara ait yazı ve görsellerin bulunması, kullanılan fon müziklerinin olayların akışı ile uyumluluk göstermesi bakımından tutarlılık ilkesine uyum sağlamaktadır. Deney videolarının arka

plan dekorundaki, doğrudan konu ile ilgili olmayan dekoratif öğeler ve görseller sebebi ile tutarlılık ilkesi sağlanmamaktadır. Alanyazında çoklu ortam üzerine yapılan çalışmalarda öğretim etkinliklerinde konu dışı ses, görsel, bilgi, diyagram gibi öğe kullanımının öğrenenleri olumsuz etkilediği (Moreno ve Mayer, 2000; Shallcross ve Harrison, 2007; Bartsch ve Cobern, 2003), tutarlılık ilkesinin ihlal edildiği tasarım ortamlarında öğrenenlerde bilişsel yük oluştuğu tespit edilmiştir (Coşgun ve Satıcı, 2017). Dolayısı ile alanyazındaki bu çalışmaların bulguları çalışmanın tutarlılık ilkesine kısmen uyum sağlaması bulgusunu desteklemektedir. Videolarda sadece evde yapılması uygun olan deneyler Basfî karakteri tarafından evde yapılması için önerilmekte, eş zamanlı olarak uyarı yazısı görülmektedir. Bununla birlikte video başlığına “Evde deneyin” ifadesi eklenmektedir. Bütün deneyler için aynı öneri yapılamadığından, “üretken etkinlik” ilkesine kısmen uyulduğu görülmektedir. Alanyazında üretken etkinlik açıklayarak öğrenme olarak da adlandırılmakta (Fiorella ve Mayer, 2015); bu ilkeye yönelik araştırmada, yapılan 3 deneyin tamamında öğrencilerin transfer testi performansının iyileştiği görülmektedir (Lawson ve Mayer, 2021). Videolar baştan sona kesintisiz bir anlatım ve görüntü formatından oluşmaktadır. Video akışı başlık ya da görüntü kullanılarak, kesin hatlarla bölümlere ayrılmamıştır. Bu bağlamda “bölümleme” ilkesinden yararlanılmadığı görülmektedir. Alanyazında bölümleme ilkesine yönelik çalışmalarda yapılan 7 deneyden tamamında bölümlendirme ilkesinin ihlal edildiği bütüncül slaytlara göre, bölümlendirme ilkesine uygun olarak yapılan slaytlarda transfer testi sonuçlarının daha başarılı olduğu görülmektedir (Mautone ve Mayer, 2007; Mayer ve Chandler, 2001; Mayer ve Dow, 2003; Sung ve Mayer, 2013); yapılan benzer çalışmalardaki iki deneye ait transfer testi performanslarını da geliştirdiği belirtilmektedir (Mayer vd., 2018, 2019). Alanyazındaki bu çalışmaların bulguları ise çalışmanın bölümlendirme ilkesi bulguları ile örtüşmemektedir.

Alanyazında yapılan çalışmalar sonucunda çoklu ortam tasarım ilkelerinden yararlanılan öğretim etkinliklerinin, öğrencilerin akademik başarısını ve öğrenme durumlarını olumlu etkilediği belirtilmiştir (Issa vd., 2011; Chang, Tseng ve Tseng, 2011; Han vd., 2013; Rey ve Steib, 2013; Eitel vd., 2013; Coşgun ve Satıcı, 2017; Özerbaş ve Yalçınkaya, 2018; Yünkül, 2019; Taş Alicenap ve San, 2019; Akyol ve Çiftçi, 2020). Eğitici içeriklerin eğitim durumları açısından olumlu sonuç vermesinde, içeriklerin çoklu ortam tasarım ilkelerine göre tasarlanması etkili olmaktadır. Diğer taraftan yine

alanyazında yapılan çalışma sonuçlarına göre, dijital ortamdaki eğitici materyallerin tasarımında çoklu ortam ilkelerinin dikkate alınması (Yünkül, 2019; Taş Alicenap ve San, 2019), dijital platformların uzman kişiler tarafından bu ilkelere göre değerlendirilerek, uygulama geliştiricilerin içerik üretimi sürecinde ilgili değerlendirme ilkelerini baz alması önerilmektedir (Özerbaş vd., 2021). Araştırmacılar dijital ortam için üretilen eğitici bir materyalin tasarımında çoklu ortam ilkelerinin önemini vurgulamaktadır. Alanyazın çalışmalarının bulguları çalışmadan elde edilen bulguları desteklemektedir.

Çalışma bulguları doğrultusunda sonuç olarak, YouTube’da öne çıkan eğitici kanala ait videoların tasarım özellikleri, çoklu ortam tasarım ilkeleri ile uyum sağlamaktadır. Bu bağlamda YouTube’da öne çıkan eğitici video içeriklerin tasarımında, çoklu ortam tasarım ilkelerinin benimsendiği söylenebilir.

5.1.2. Popüler Bir Eğitici YouTube Kanalındaki Eğitsel Videoların Program Öğelerine İlişkin Tartışma ve Sonuçlar

Yapılan araştırmada YouTube kanalına ait videoların analizinden elde edilen bulgulara göre; videolar bir öğretim programında bulunması gereken kazanım sunumu, belirli bir temel alana yönelik olması, öğretim strateji ve yöntemleri, ölçme ve değerlendirme öğelerini barındırmaktadır. Bununla birlikte videoların YouTube platformunda yayınlanması sebebi ile belirli giriş düzenlemesi, süresi ve kapanış düzenlemesinin olduğu görülmektedir.

Videolarda kazanım sunumu yer almakta ve sözlü olarak yapılmaktadır. Genellikle deney yapım aşamasından sonra, günlük hayattan örneklerin verildiği teorik bölümde, kazanımlar sunulmaktadır. Alanyazında eğitsel bir materyal olan vitamin yazılımının program değerlendirmesine göre incelendiği çalışmanın sonucunda da; materyalde ders amaçlarının açıklandığı, bu durumun öğrencinin amacını belirleyerek derse olan ilgisine olumlu katkı sağlayacağı belirtilmektedir (Yıldız ve Sarıtepeci, 2013: 524). Bu süreçte dikkat edilmesi gereken husus bir tane öğrenme hedefi belirlemektir (Ozan, 2015: 70).

Videoların temel alanı ise fen bilimleri olup, kimya ve fizik alanına yönelik deneylere yer verilmekte; kimya alanına yönelik daha fazla video olduğu görülmektedir. Nitekim öğretim programının okul içinde ya da dışında bireylerin elde etmesi planlanan bir alanın öğretimiyle ilgili olduğu bilinmekte (Demirel, 2012), videoların temel alanının Fen bilimleri olması bulgusu ile örtüşmektedir. Alanyazında EBA'da yer alan Türkçe dersi videolarının öğrenme alanı değişkeni açısından incelendiği çalışmada, konuların sadece dil bilgisi alanına yönelik olduğu, diğer öğrenme alanlarına yer verilmediği sonucuna ulaşılmıştır (Ateş vd., 2015: 112). İncelenen kanalın çocuklara kimyayı sevdirmek amacıyla kurulduğu bilinmekte, kimya alanının yanında ilişkili olarak fizik deneylerine de yer vermektedir. Hedef kazanımlar bir ya da daha fazla öğrenme alanı ile ilgili olabilmekte (Ateş vd., 2015: 112); dolayısı ile videoların iki öğrenme alanına yönelik olması bulgusu desteklenmektedir.

Videolarda hem teorik hem de uygulamalı anlatıma yer verilmektedir. İncelenen madde ya da olayın özellikleri, hangi kimyasal-fiziksel durum sebebi ile bu özelliklere sahip olduğu ve fen bilimleri ile ilgili bu kavramsal bilginin günlük yaşamımızda nerelerde kullanılabileceği teorik olarak sunulmakta, konu ile ilgili deney ise uygulamalı olarak gösterilmektedir. Videolarda sunuş yoluyla öğretim stratejisinden yararlanılmakta, öğretim tekniği olarak ise anlatım ve gösteri yöntemi kullanılmaktadır. Anlatım yöntemi kullanılırken, konu hakkında dikkat çekme, merak uyandırma, güdüleme, günlük yaşamdan örnek verme ve somutlaştırma öğelerinden yararlanılmaktadır. Bununla birlikte sunum esnasında animasyon ve görsellere yer verilmektedir. Alanyazında öğretmenlerin video materyalleri tercih etme ve derslerinde kullanma biçimlerinin araştırıldığı çalışmada, videoların sunum biçiminin motivasyonu etkileyen en önemli unsur olduğu, öğrencinin dikkat ve merakını artırması sebebi ile içeriği farklı şekilde sunan videoları daha fazla tercih ettikleri (Şentürk ve Kurşun, 2021: 176); EBA'daki Türkçe dersi videolarının incelendiği çalışmada ise, sadece sunuş yoluyla öğretim yöntemini kullanılarak derslerin bilgi verici bir tutumla anlatıldığı, etkin bir öğretim için farklı öğretim yöntem ve tekniklerinden kullanılmasının faydalı olacağı (Ateş vd., 2015: 114) belirtilmekte, bahsedilen bulgular çalışmanın, yararlanılan öğretim teknikleri bulgusunu desteklemektedir. Bununla birlikte eğitsel materyalde gerçeğe yakın örneklerle yer verilmesi, kalıcı öğrenmelerin sağlanmasını ve öğrenilenlerin yeni problem durumlarına transfer edilmesini sağlamaktadır (Yıldız ve Sarıtepeci, 2013: 503). Öğretmenlerin video

tercihlerine yönelik katılımcı olarak görüş bildirdikleri çalışmada, video gerçek etkinliklere yer verilmesinin öğrencilerin motivasyonlarını artırdığını, bu sebeple videoların öğrencilerin gerçek hayatta ihtiyaç duyacağı bilgi ve deneyimleri kapsamaması gerektiği belirtilmektedir (Şentürk ve Kurşun, 2021: 176). Diğer taraftan alanyazında EBA'daki Fen Bilimleri videolarına yönelik 8. Sınıf öğrenci görüşlerinin incelendiği çalışmada, videoların görsel yönden zengin olmasının, öğrencilerin videoları sıklıkla tercih etme ve güdülenme sebebi olduğu belirtilirken (Bakırcı ve Kılıç, 2021: 697), Kana ve Kılıç (2016) tarafından öğrenci görüşlerinin değerlendirildiği çalışmada ise öğrencilerin EBA'daki görselliğin kalıcılığı arttırmada etkili olduğunu dile getirdikleri görülmekte; bahsedilen bulgular bu çalışmanın sunum sırasında yararlanılan öğeler ve teknikler bulgusunu desteklemektedir.

Ölçme değerlendirme amacıyla videoların sonuna doğru tek bir soru sorulmakta ve izleyicilerden cevabı yorumlara yazmalarının istenmektedir. Sorular iki seçenekli, çoktan seçmeli soru tipindedir. Bu bağlamda kısıtlı bir ölçme yapılırken, izleyicilerden cevabı yorumlara yazmalarının istenmesi ise etkileşimi ve izleyicinin aktif olmasını sağlamaktadır. Alanyazında EBA'daki farklı derslere yönelik video içeriklerin incelendiği çalışmalarda; Türkçe dersi videolarında ölçme ve değerlendirme aşamasının yer almadığı, bu duruma yönelik olarak videolarda ders işleniş aşamalarına yer verilmesinin verimliliği artırılabilceği (Ateş vd., 2015: 114); EBA'daki fen bilimleri videolarında ise fen öğretiminin yüzeysel olduğu, soruların çözümüne yönelik dönüt olmadığı (Bakırcı ve Kılıç, 2021: 697) belirtilmektedir. Bununla birlikte öğretmenlerin videoları derste kullanma biçimlerine yönelik olan çalışmada öğretmenler, öğrencilere sorular soran videoları tercih ettikleri, videoları gerekli kısımlarda durdurup öğrencilere soru sordukları, bu bağlamda videoların uygun yerlerinde sorular yerleştirilerek ve öğrencilere cevap için düşünme fırsatı verilecek biçimde hazırlanmasını gerekli gördükleri bulgusu (Şentürk ve Kurşun, 2021: 175); bu çalışmanın videolarda soru sorulması ve cevabın yorumlarda istenmesi bulgusunu desteklemektedir.

Videoların giriş düzenlemelerinde özel bir başlangıç animasyonu ya da görseli kullanılmamaktadır. Analiz edilen videolardan, daha eski tarihli videolarda başlangıç animasyonu kullanılmakta; sonraki videolarda ise başlangıç animasyonu kullanılmayarak, videoya doğrudan giriş yapılmaktadır. Basfi karakterinin dikkat çekici bir giriş yapması ile videolar doğrudan başlamaktadır. Karakterin videoya canlı ve enerjik bir biçimde

başlamakta, konuyla ilgili merak uyandıracak cümleler ve malzemeler kullanmakta, espiri yapmakta, çekim ekibi ile diyalogu kurarak şakalaşmaktadır. Bununla birlikte bazen duruma göre uyumlu fon müziği de kullanılmaktadır. Video boyunca sağ alt köşede sabit olarak kanala özel abone ol logosu bulunmaktadır. Genellikle video başlangıcından 1-2 dakika sonra sol alt köşede abone ol butonunun gösterildiği küçük animasyon kullanılmaktadır. Üniversitelerin YouTube platformundaki ders videolarının incelendiği çalışmada video derslerde kullanılan giriş jeneriği, çıkış jeneriği ve film sonu jeneriği kullanıldığı belirtilmekte (Ata, 2017: 437); bu bağlamda çalışmada çıkış animasyonu kullanılması yönüyle alanyazınal örtüştüğü görülmektedir.

Videolar, deneyler için 11-13 dakika, animasyonlarda ise 2-3 dakika sürmektedir. Alanyazında EBA'daki Türkçe dersi videolarına yönelik araştırmada, videoların %83'ünün 11 dakikanın altında olduğu, amaçlanan kazanımlar ve ders süreçleri dikkate alındığında video sürelerinin yetersiz olduğu (Ateş vd., 2015: 110); benzer şekilde EBA'daki Fen Bilimleri videolarına yönelik araştırmanın videoların kısa olması nedeniyle derste kopukluk yaşadıkları belirtilmekte (Bakırcı ve Kılıç, 2021: 697); bu duruma karşıt olarak, öğretmenlerin video tercihlerine yönelik görüş bildirdikleri çalışmada ise, 5 dakikadan uzun videoların öğrenciler tarafından yeterince izlenmediği belirtilmektedir (Şentürk ve Kurşun, 2021: 180). Bununla birlikte, eğitsel video geliştirme sürecine ilişkin yapılan çalışma da videonun mümkün olduğunca kısa tutulması gerektiği, video süresini uzun olmasının öğrenenin konunun içerisinde kaybolmasına neden olduğu (Ozan, 2015: 70); eğitsel videoların uzun olmasının izleyicinin dikkatinin dağılmasına neden olabildiği belirtilmektedir (Aydemir, 2018; Thiele vd., 2017). Üniversitelerin YouTube platformundaki ders videolarının incelendiği çalışmada ise dersin süresi bağlamında 02:00-05:00 ve 05:01-10:00 arası video dersler olduğu; ideal sürenin kısa olması gerektiği (Ata, 2017: 310); tablet bilgisayarlara yönelik geliştirilen e-kitapların video ile zenginleştirilmesine yönelik çalışmada ise 2-12 dk. arası hazırlanan videoların genel katılımcılar tarafından kabul gördüğü, çok kısa videolarda derse konsantre olamadıkları, çok uzun videolarda ise dersten koptukları belirtilmekte (Yıldırım, 2014: 225); dolayısı ile çalışmanın video sürelerinin animasyon videoları için ortalama 3 dakika, deney videoları için ortalama 12 dakika bulgusu alanyazın ile örtüşmektedir.

5.1.3. Kanalın İçerik Üreticisine Göre, Kanalın Eğitsel Videolarının Tasarım Öğeleri Açısından İzlenme Gerekçelerine İlişkin Sonuç ve Tartışma

Araştırma sonucunda içerik üreticisine göre eğitici içeriklerin izlenmesinde etkili olan etmenler tasarım öğeleri, olumlu ve olumsuz etki eden diğer öğeler olmak üzere üç başlık halinde sunulmuştur.

İçerik Üreticisine Göre Eğitici İçeriklerin İzlenmesinde Etkili Olan Tasarım Öğeleri

- Kapak resminde YouTuber'ın içerikle ilgili heyecan verici bir görüntüsünün kullanılarak, oldukça renkli ve diğer içeriklerden ayırt edilecek biçimde tasarlanması,
- Kapak resmindetüm ekran boyutlarında anlaşılabilir font ile tasarlanmış kısa yazı ifadelerinin kullanılması,
- Video başlığı, konusu ve kapak resminin tutarlı olması, başlığın merak uyandıracak biçimde ifade edilmesi,
- Video açıklamaları ve anahtar kelimelerin kullanılması (ikincil derecede önemli),
- İzleme ihtiyacının karşılanması, merak duygusunun giderilmesi, istenilen bilgiye ulaşılması, kanal içeriklerine güven oluşturması (kanal ile bağ kurması),
- İçerikte kurgu teknikleri ile anlatımın, kamera arkası görüntüsüyümüş gibi hikayeleştirilmesi(samimi olması),
- Kamera çekim açılarının geniş açı-detay açı arasında değiştirilerek akıcılık sağlanması, böylelikle izleyicinin videodan kopmasının engellenmesi,
- Konunun sade, kısa ve net biçimde anlatılması, teorik ve uygulamalı anlatımın bir arada kullanılması,
- İçeriğin kolay anlaşılmasını sağlayacak doğru tasarımın belirlenmesi ve profesyonel tasarım öğeleri (animasyon, görüntü, ses) kullanılarak izleyicide içeriğin kaliteli olduğu hissinin oluşturulması,
- İçerikte animasyon, görsel, yazı, efekt gibi çoklu ortam öğelerinin kullanılarak anlatımın somutlaştırılması, anlatım ile görsellerin eş zamanlı olarak sunulması,
- Aynı arka plan ve fontlar kullanılarak kanala özgü bir tasarım oluşturulması,

- Tasarımda kalıplaşmış bilgilerden yararlanılması, insanların alıştığı yapıların değiştirilmemesi (ör: sıcak kırmızı, soğuk mavi renk gibi)
- YouTuber'ın kendi sesini kullanması, samimi bir üslupla konuşması ve dozunda espri yaparak anlatımı eğlenceli hale getirmesi,
- Anlatım sırasında YouTuber'ın yüzünün daha az kullanılarak (%30 oranında), deneye ilgili animasyon ve görselleredaha çok yer verilmesi (%70 oranında)
- Konu ile ilgili gerçek hayattan ve izleyicinin aklına gelebilecek örneklere yer verilerek, akılda kalıcılığın sağlanması ,
- İçeriklerin kurumsal bir ortam yerine samimi hissettiren bir ortamda çekilmesi,
- Gerektiğinde konu ve durumla uyumlu fon müziklerinin, ses düzeyi çok düşük seviyede kullanılması,
- Ses efektlerinin ve görsel efektlerin sadece gerekli durumlarda kullanılması,
- Merak uyandıracak konu seçimi ile heyecan oluşturan görsel etkinliklere (deneylere) yer verilmesi,
- Okul müfredatına uygun ve belirlenmiş bir hedefe yönelik olması.

İçerik Üreticisine Göre Eğitici İçeriklerin İzlenmesinde Olumlu Etkisi Olan Diğer Etmenler

- Kanalın popüler bir YouTuber, alan uzmanı platformlar ve izleyenler tarafından önerilmesi,
- İzleyicilerden gelen tüm yorumların okunması, yorumların dikkate alınması, ve yorumların yapıcı olarak cevaplanması,
- Aktif okul dönemlerinde (kış ayları) ve akşam saatlerinde (18:00-19:00) yayınlanması,
- YouTube platformunun kültürüne (doğasına) uyumlu olması.

İçerik Üreticisine Göre Eğitici İçeriklerin İzlenmesinde Olumsuz Etkisi Olan Diğer Etmenler

- Konu açıklanmadan, sadece heyecan oluşturan etkinliklerden (deney gösterisinden) oluşması,

- Uygulamaya yer verilmeden, monoton ve ciddi biçimde sadece teorik anlatım yapılması,
- Videonun okul dönemi dışında (yaz tatili dönemi) yayınlanması.

5.1.4. Kanalın İzleyicilerine Göre, Kanalın Eğitsel Videolarının Tasarım Öğeleri Açısından İzlenme Gerekçelerine İlişkin Sonuç ve Tartışma

Araştırma sonucunda izleyicilere göre eğitici içeriklerin izlenmesini olumlu etkileyen tasarım öğeleri, olumsuz etkileyen tasarım öğeleri ve olumsuz etkileyen diğer öğeler olmak üzere üç başlık halinde sunulmuştur.

İzleyicilere Göre Eğitici İçeriklerin İzlenmesini Olumlu Etkileyen Tasarım Öğeleri

- Video başlığının ve kapak resminin dikkat çekici olması,
- Başlık, konu ve kapak resminin tutarlı olması.
- Konunun dikkat/ilgi çekici olması, izleyicide merak uyandırması,
- Konunun eğitsel olması, bilimsel, pratik ve gerçek hayatta kullanılacak bilgiler içermesi,
- Konunun ihtiyacı karşılaması (yeterli olması) ve uygulanabilir etkinlikler (deneyler) içermesi.
- Dikkat çekici bir giriş yapılması,
- Konuyla uyumlu, profesyonel, dikkat çekici görsel ve animasyonlarla desteklenerek, konunun somutlaştırılması,
- Gerektiğinde, içerikte öne çıkmadan konuyla uyumlu, hafif düzeyde, akıcı ve sözsüz fon müzik kullanımı,
- Konu bitiminde kanala özgü kısa bitiş animasyonlarının kullanılması,
- İçerik sonunda kanalın diğer videolarıyla ilgili bitiş kartlarının (öneri videoları) konulması,
- İçerik metni tasarımının ve kurgunun iyi yapılması,
- Anlatımın eğlenceli, merak uyandırıcı, şaşırtıcı, akılda kalıcı ve sürükleyici olması
- Çekim ekibiyle esprili diyaloglar kurularak etkileşim içerisinde olunması,

- Videoda sonunda soru sorularak izleyiciyle bağ kurulması ve kanalın benimsenmesinin sağlanması.
- Önemli yerlerin yazı ve efektlerle (görsel, sesli) vurgulanması, efektlerin konunun önüne geçmemesi,
- Konu ile ilgili ön bilgi vermesi,
- Konu anlatımı pratik (hap) bilgiler ve anahtar kelimelerle pekiştirilmesi,
- Sade, akıcı, anlaşılır bir dil kullanılması, anlatımın uzatılmadan basitleştirilmesi
- Konu dışına çıkılmaması (konu bütünlüğünün sağlanması),
- Uygulamalı (deneysel) anlatım kullanılması,
- Konu anlatımının günlük hayattan örneklerle desteklenmesi, güncel ve güvenilir kaynak kullanılması,
- İzleyiciye yararlanabileceği güvenilir kaynak önerilmesi,
- Konu bölüm ya da başlıklara ayrılması,
- Video içeriğini sunan kişi (YouTuber),
- YouTuber'ın popüler olması, karakter özelliklerinin sempatik, neşeli ve güler yüzlü olması,
- YouTuber'ın doğal ve samimi olması, kendine özgü espirili ve eğlenceli anlatım tarzının olması, konuya hakim olması,
- YouTuber'ın sesinin uygun, diksiyonunun düzgün olması ve argo kelime kullanmaması,
- YouTuber'ın kendi sesini kullanarak samimi bir üslupla konuşması, konu akışını bölmeden yerinde espri yapması, yeri geldiğinde dış ses ile diyalog kurması,
- Arka planın sade ve kanal konseptine uygun olması,
- Renk seçiminde odaklanmayı kolaylaştıracak açık, şeffaf, tek renk tercih edilmeli,
- Hareketli (yanıp sönen, renk değiştiren), dikkat dağıtacak unsurlardan kaçınarak tasarlanması,
- Kanal konseptine uygun ve gerçeğe yakın olması,
- Konuya uygun, canlı renkler tercih edilmesi,
- Abartılı olmaması, konuyla ilgisiz ve gereksiz nesne olmaması,
- Ortamın düzenli olması, nesnelere düzgün durması, göze hoş gelmesi.

İzleyicilere Göre Eğitici İçeriklerin İzlenmesini Olumsuz Etkileyen Tasarım Öğeleri

- Fon müzik kullanılması, fon müziğinin, uyumsuz, sıradan, sıkıcı olması ve seviyesinin çok yüksek olması ya da anlatıcının sesini bastırması,
- Anlatıcının ses seviyesinin çok yüksek ya da çok düşük olması.
- YouTuber'ın karakter özelliklerinin antipatik olması,
- YouTuber'ın diksiyonunun yetersiz ve ses tonunun itici olması.
- Sıkıcı, hızlı, karmaşık ve monoton biçimde anlatılması,
- Gereksiz detay verilerek ya da konunun kendisini tekrar ederek anlatımın uzatılması,
- Absürt ve gereğinden fazla espiriye yer verilmesi, argo kelime kullanımı, ve bilinmeyen terimlerin fazla kullanılması,
- Yazı ve efektlerle vurgulamanın gereğinden fazla yapılarak içeriğin önüne geçmesi.
- Sıradan, sıkıcı ve önemsiz konu seçimi,
- Başlık, kapak, konunun tutarsız olması ve konu dışına çıkılması,
- Anlatımın görsellerle desteklenmeden, tekdüze formatta ilerlemesi,
- Tasarım öğelerinin eksik ve yanlış kullanılması,
- Bitiş animasyonlarının süresinin uzun olması,
- Başlangıç animasyonu kullanılarak, izleyicinin içeriği ilerletmesine ve içerikten sıkılarak kopmasına sebep olunması.

İzleyicilere Göre Eğitici İçeriklerin İzlenmesinde Olumlu Etkisi Olan Diğer Etmenler

- Videonun görüntü kalitesinin düşük olması,
- Fazla reklam içermesi,
- Yararlanılan kaynağın güncel olmaması ve faydasız, yanlış, taraflı bilgi içermesi
- Tık tuzağı (clickbait) olmaması,
- Platformdaki diğer eğitici içeriklerden farklı ve özgün olması,
- Video içeriklerin çocuklar için uygun olması ile birlikte, genel kitleye hitap etmesi,
- Hedef kitlesinin bilinçli ve amaçlı YouTube kullanıcısı olması,

- İçerik, abone sayısının ve izlenme sayısının yüksek olması,
- Video süresinin kısa olması,
- İzleyiciyi ğrenmeye motive etmesi, bilime merak uyandırması ve yarar sağlaması,
- Yorumlar bölümünde izleyiciye cevap verilerek, etkileşim halinde bulunulması.

Görüşme verilerinden elde edilen bulgular sonucunda, içerik üreticisine göre YouTube platformundaki eğitici içeriklerin izlenmesinde etkili olan tasarım ögelerinin başında kapak resmi, video başlığı ve konu seçiminin olduğu; izleyicilerinde eğitici bir içeriği ilk tıklama sebepleri olarak bu ögeleri belirttiği görülmektedir. Bununla birlikte bu ögelere yönelik tasarım yaparken, içerik üretici tarafından merak unsurunun ne çıkarılması, izleyiciler tarafından ise dikkat çekici, ilgi çekici olması gerektiği vurgulanmaktadır. İçerik retici kapak resminde youtuber görüntüsüne mutlaka yer verilmesini, bununla birlikte yazı ifadeleri de dahil olmak üzere kapak resminin bütün cihaz türlerinde anlaşılacak biçimde tasarlanması gerektiğini belirtmektedir. YouTube günümüzde sadece telefon ve bilgisayar değil, ev televizyonlarından da izlenmeye başlanmıştır (Menekşe, 2019: 57). Marka bağlamında popüler YouTube kanallarının tasarımını inceleyen çalışmada, YouTuber'ların kapak resimlerinde kendi görüntülerine yer verdiği görülmekte (Işık, 2019); çalışmanın kapak resminde youtuber görüntüsüne yer verilmesi bulgusu desteklenmektedir. Diğer taraftan izleyiciler başlık-kapak resmi-konu olmak üzere bu üç ögenin uyumlu olmasının önemli olduğunu, yaniltıcı ya da yetersiz olmaması gerektiğini belirtmektedir. Bu bağlamda kapak resmi, video başlığı ve konu seçiminin izlenmede etkili olduğu konusunda izleyici ve içerik üreticinin görüşleri örtüşmektedir. Alanyazında okul öncesi çocuklara yönelik eğitici YouTube videolarının incelendiği çalışmada, incelenen videoların %83'nde başlık ve içerik n uyumlu olduğu bulgusu (Taşdelen, 2019: 105), çalışmanın başlık – kapak resmi-konu ögelerinin uyumlu olması bulgusu ile örtüşmektedir. Bununla birlikte tasarımın konuyu kolay anlaşılabilir kılması için animasyon, görsel ile desteklenmesi, önemli yerlerin sesli ve görsel efektlerle vurgulanması önerilmektedir. Alanyazında çalışmalarda da görsel ögelerle desteklenen anlatımların daha etkili olduğu belirtilmektedir (Moreno ve Mayer, 1999; Butcher, 2006; Yue vd., 2013; Bakırcı ve Kılıç, 2021). Online ğrenmede YouTube'nin görsel ve işitsel kaynaklarının öğrenmeyi somutlaştırması yn ile öğrenme ve öğrenme sürecinde önemli olduğu; dijitalleştirilmiş görsel-işitsel kaynakların, öğrenmeyi daha pratik ve gerçekçi hale getirdiği bilinmektedir (Azor vd., 2020). Bununla birlikte kullanılan görsel ve

animasyonların profesyonel olarak tasarlanması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu duruma benzer olarak izleyici görüşlerinden elde edilen bulgularda da kaliteli görseller kullanılmasının önemli olduğu belirtilmektedir.

Videolarda ses unsurunun önemli olduğu izleyici görüşlerine göre, videolardaki ses unsurunun seçiminin sonraki en önemli unsurdur. Bu bağlamda videonun ve anlatıcının ses seviyesinin yeterli düzeyde olması, kullanılıyorsa fon müziğin seviyesinin genel olarak yüksek olmaması ve anlatıcının sesini bastırmaması gerekmektedir. Konuyla ilgili içerik üretici de fon müziğin ses seviyesini çok düşük tuttuklarını ve duruma uygun müzikler seçtiklerini belirtmektedir. Bununla birlikte izleyicilerden büyük çoğunluğunun uygun müzik seçimi ve içerikte öne çıkmayacak ses seviyesi ile fon müzik kullanımını gerekli görürken, az sayıda katılımcının dikkati dağıtması sebebiyle fon müzik kullanılmaması gerektiğini belirttiği görülmektedir. Müzik ve ses kullanımının izleyicinin ruh halini ve duyu durumunu etkilediği bilinmektedir (Ozan, 2015: 70; Işıklı, 2019: 89). Eğitsel bir videoda ses efektinin kullanılması, anlatılan duruma hareket katarak dikkat çektiği ve gerçek ses ise inandırıcılık etkisi oluşturduğu; efektin konu ile uyumlu olarak, uygun yer ve zamanda kullanılması gerekmektedir (Ata,2017: 454). Okul öncesine yönelik eğitici YouTube videolarının incelendiği çalışmada, videoların tamamında müzik kullanılırken, özellikle hareketli müzikler kullanıldığı görülmektedir (Taşdelen, 2019: 106). YouTube kanallarının tasarımının incelendiği çalışmada popüler olan kanallarından bazılarının odaklanmayı artırmak amacıyla fon müzik kullanıldığı görülmektedir (Işıklı, 2019: 102). Eğitsel videolarda ders temposunun düşmesini engelleyen fon müzik kullanımı, sözün olmadığı kısımlarda ve konuyla uyumlu olarak kullanılmaktadır (Ata, 2017: 454).

İzleyiciler anlatıcının ses tonunun ve diksiyonunun önemli olduğunu belirtmişlerdir. Bununla birlikte izleyiciler anlatıcının samimi ve sempatik karakterde olmasının, kendine özgü ve eğlenceli anlatım tarzının etkili olduğunu belirtirken, içerik üretici anlatıcının eğlenceli ve espirili olmasını gerekli bulduğunu belirtmektedir. Nitekim, öğrenenlerin ders anlatan öğretim elemanının iletişim tarzı, anlatım performansı, diksiyonu gibi özelliklerinden etkilenebildiği bilinmektedir (Ozan, 2015: 76). Diğer taraftan içerik üretici anlatıcının çekim ekibi ile konu hakkında kısa diyalog kurmasını, anlatıcıyı rahatlatması sebebi ile tercih ettiklerini belirtirken, izleyiciler bu durumun samimi ve akıcı bir atmosfer oluşturduğunu, uygun durumlarda kullanılması gerektiğini belirtmektedir. Videoda

konuyla ilgili, absürt olmayan espri kullanımı izleyici tarafından olumlu görülmüş, konuyu bölmeden ve aşırıya kaçmadan kullanılmasına dikkat çekilmiştir. Alanyazında ders anlatım videolarında öğretim elemanının konuya hâkimiyeti, istekliliği, iyi bir mizah anlayışına sahip olması, diksiyonun iyi olması, beden dilinin etkili kullanması ve doğal olması (Ozan, 2015: 64); ses tonunun güven verici ve sabit olması, konuşmadaki sözcük zenginliği (Reca, 2014: 122); öğreticinin espri, geribildirim gibi sözlü davranışlarının ve jest, mimik hareketlerinin ders ortamını olumlu etkilediği bilinmektedir (Horzum ve Kaymak, 2013). Anlatım biçimi konusunda da içerik üretici ve izleyici görüşlerinin örtüştüğü görülmekte; anlatımın sade, anlaşılır, açık ve akıcı biçim de olması gerektiği vurgulanmaktadır. Alanyazında youtube izleyici görüşlerinin alındığı çalışmalarda, izleyicilerin daha çok kısa, net, anlaşılır içerikleri tercih ettikleri yönünde görüş bildirdikleri belirtilmektedir (Ökmen, 2021: 294; Cihangir ve Çoklar, 2021).

Videoda arka plan tasarımına yönelik olarak, izleyiciler dikkat dağıtmayacak, sade (açık tonlar, tek renk, vb.) hareketsiz, kanal konseptine uygun bir arkaplan tercih ettiklerini belirtmektedir. Alanyazında marka bağlamında YouTube içeriklerinin tasarım açısından incelendiği çalışmada düzensiz arka fonun dikkat dağılmasına sebep olduğu; arka planın sabit ve hareketten arınmış olmasının dikkatin konuşmacının üzerine toplanmasına fayda sağladığı bilinmekte (Işıklı, 2019: 80); çalışmanın sade arka plan tercih edilmesi bulgusu desteklenmektedir. İzleyicilere görüşme sonunda görüş ve önerilerinin sorulduğu soruya, kanalın arka planı sadeleştirilebileceği yönünde iki katılımcının görüş bildirdiği görülmektedir. Bu durum videoların analizinden elde edilen, arka plan dekorunda dekoratif resim ve okunmayan yazı ifadelerinin bulunması sebebi ile çoklu ortam tasarım ilkelerinden tutarlılık ilkesine kısmen uyması bulgusu ile de örtüşmektedir. İzleyiciler ortam tasarımına yönelik olarak, canlı renkler kullanılarak tasarlanmış, düzenli, kanal konseptine uygun, nesnelere düzgün durduğu ve göze hoş gelen bir ortam tercih ettiklerini belirtmektedir. Bu durum bir görüntüde öğelerin kendi aralarında yatay ve dikey olarak hayali bir çizgiye göre hizalanması (Smaldino vd., 2005: 92); görüntü çerçevesi içine alınan unsurların, yüzeyin sağ ve soluna dengeli olarak yerleştirilmesi (Gökçe, 2012: 129); materyal içinde düzenli bir şekilde yerleştirilmiş öğeler daha kolay algılandığı bulguları ile desteklenmektedir (Işıklı, 2019: 75).

Tasarımda tercih edilen renk seçiminin izleyenler üzerinde etkisi olduğu (Ata, 2017: 431; Işıklı, 2019: 7); okul öncesine yönelik eğitici youtube içeriklerinin incelendiği çalışmada, incelenen 48 videonun tamamında canlı renkler kullanıldığı bulguları (Taşdelen, 2019: 105); çalışmanın ortam tasarımında ortam tasarımda renk seçiminin önemli olduğu; canlı renk tercih edilmesi bulgularını desteklemektedir. Diğer taraftanalanyazında YouTube izleyicilerinin görüş bildirdiği çalışmadan elde edilen çekim mekânının içeriği desteklemesi bakımından önemli olduğu bulgusu (Ökmen, 2021: 296), çalışmanın ortam tasarımının kanal konsepti ve konu ile uyumlu olması gerektiği bulgusunu desteklemektedir. İçerik üretici ise YouTube platformu gereği, samimi bir ortam oluşturulması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu duruma benzer olarak alanyazında da resmî olmayan bir ortamda çekim yapmanın daha samimi olduğu; çünkü öğreticinin göz teması kurarak daha samimi olduğu, maliyetinin düşük olduğu, bunun da bir profesyonel stüdyodan etkili olabileceği belirtilmektedir (Guo vd., 2014).

İçerik üretici kamera çekim tekniklerinden geniş açı ve detay açı arasında sıklıkla değiştirilerek videoda akıcılık oluşturduklarını belirtmiştir. Kamera çekim tekniklerinin yanı sıra kurgunun eğlenceli ve merak uyandırıcı biçimde planladığı; anlatımı görsel ve efekt kullanımı ile destekleyerek izleyicinin dikkatini diğer YouTube videolarına kaymasını engelledikleri belirtilmektedir. İzleyici ise kurgu ve metin tasarımının iyi yapılması gerektiğini, içerik akışının ise monotonluktan uzak, eğlenceli, maceralı, akıcı olması gerektiği belirtilmektedir. Kurgu yardımıyla videoya belli bir anlatım kazandırmak, akıcılık vermek, filmsel evreni ve gerçeği kurmak sağlanabilmektedir (Işıklı, 2019: 88). Çalışmada tespit edilen kurgunun akıcı olması gerektiği bulgusu, alanyazında youtube izleyicilerinin uzun, sıkıcı, tekdüze giden içeriklere ilgi duymadığı bulgusu ile desteklenmektedir (Ökmen, 2021: 294). Eğitsel videolarda güdüleme ve eğlence unsurunun motivasyona olumlu etki ettiği bulgusu (Bakırcı ve Kılıç, 2021) çalışmanın kurguda eğlence ve merak unsurlarına yer verilmesi gerektiği bulgusu ile örtüşmektedir.

Sonuç olarak YouTube platformunda öne çıkan videolarda çoklu ortam ilkelerine, program öğelerine göre tespit edilen tasarım öğelerinin, izleyici ve içerik üreticinin izlenme sebeplerine yönelik görüşleri ile büyük oranda örtüştüğü, bununla birlikte izleyici ve içerik üretici görüşlerinin de birbirini tamamladığı görülmüştür. Bu noktada, öğrenme ortamlarında etkili bir öğrenme materyali olarak kullanılabilen videolarda benimsenen

tasarım öğelerinin ve program öğelerinin belirlemenin önemli bir nokta olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada, YouTube eğitici video içeriklerinin üretim sürecinde çoklu ortam tasarım ilkeleri ve program öğelerinin dikkate alınması, bununla birlikte, YouTube platformunun doğasına uyum sağlayacak öğelerde yer verilmesi gerektiği belirlenmiş ve içerik üreticilere öneriler sunulmuştur. Bu bağlamda araştırma, yoğun olarak kullanılan dijital platformlar için eğitici içerik üretimi konusunda, ileride yapılacak olan araştırmalara yol gösterecek bir nitelik taşıyacaktır.

5.2. Öneriler

Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda yapılacak araştırmalara ve YouTube platformuna içerik üretecek bireyler için uygulamaya yönelik öneriler iki başlık altında aşağıda sunulmuştur.

5.2.1. Uygulamaya Yönelik Öneriler

1. YouTube platformu için eğitici video üretimi sürecinde çoklu ortam tasarım ilkeleri dikkate alınmalı, ayrıca program öğelerine yer verilmeli, bununla birlikte video içerik YouTube platformunun doğasına uyumlu olmalıdır.

2. Çoklu ortam ilkeleri, program öğeleri ve YouTube platformuna uyumu göz önünde bulundurularak eğitici içerik üreticilere önerilerin sunulduğu kapsamlı bir rehber oluşturulabilir.

3. Eğitsel video tasarımı için belirlenen öneriler:

- Videonun kapak resminde YouTuber'ın konu ile ilgili heyecan verici görüntüsü ve kısa yazı (slogan) ifadesi bulunmalı; başlık ve konu merak uyandırıcı olmalı; kapak resmi, başlık ve konu birbiri ile tutarlı olmalı,
- Video doğrudan dikkat çekici giriş ile başlamalı; anlatıcının (YouTuber'ın) görüntüsüne %30, diğer görüntülere %70 oranında yer verilmeli; kapanışta ise veda cümlesi, kanala özgü kısa süreli bir bitiş animasyonu, bitiş kartları ve kanal logosu kullanılmalı,

- Gerektiğinde içerikte öne çıkmadan konuyla uyumlu, hafif düzeyde, akıcı ve sözsüz fon müzik kullanılmalı, kanal konseptine uygun sade bir arka plan, canlı ve uyumlu renklerle tasarlanmış, düzenli bir ortam tercih edilmeli,
- Kurgu eğlenceli, bilime merak uyandırıcı, motive edici, sürükleyici olmalı; anlatım, konu ile ilgili görsel, animasyon, yazı, ses unsurları ile desteklenmeli; önemli yerler sesli ve görsel efektler ile vurgulanmalı; sade, akıcı, açık ve anlaşılır bir dil kullanılmalı; anlatıcının diksiyonu düzgün ve konuya hakimiyeti yeterli olmalı, ses tonu itici olmamalı; video ve anlatıcı sesi yeterli düzeyde olmalı
- Videoda kazanım sunumu yapılmalı, teorik ve uygulamalı anlatıma birlikte yer verilmeli, ön bilgi verilmeli, günlük hayattan örneklerle desteklenmeli, somutlaştırma, güdüleme unsurlarından yararlanılmalı ve güncel, bilimsel, yararlı bilgilere yer verilmeli; anlatım konu dışına çıkmadan ve yeterli olacak düzeyde yapılmalı,
- Anlatıcının (YouTuber) mizacı sempatik, güler yüzlü, neşeli, samimi ve doğal olmalı; anlatıcı jest ve mimiklerini kullanmalı; yeri geldiğinde konu ile ilgili espiri yapmalı ve çekim ekibi ile konu üzerine kısa diyalog kurmalı,
- Etkileşimi sağlamak amacı ile video içerisinde izleyiciye yorumlar kısmında cevaplanmak üzere soru yöneltilmeli, izleyici yorumları okunmalı, öneri ve eleştiriler dikkate alınmalı ve cevaplanmalı,
- Alanyazın bulgularından da destek alarak videoların süresi ortalama 11- 13 dakika, sadece animasyondan oluşan videolar ise ortalama 2-4 dakika arasında olmalı.

4. Geniş bir kitleye kolaylıkla ulaşabilmesi sebebi ile YouTube platformunda ticari amaç gütmeyen, aynı zamanda izleyenleri sınav kaygısı içerisine sokmadan bilim, sanat ve spor gibi alanlara merak uyandıran eğitici kanalların sayısı artırılabilir.

5.2.2. Araştırmaya Yönelik Öneriler

1. YouTube analitik verilerinin de kullanıldığı nicel araştırmalar yapılarak, izlenmede etkili olan durumlara yönelik (yaş, coğrafi bölge, kullanılan cihaz türü, sosyo-ekonomik düzey) sonuçlar elde edilebilir.

2. YouTube platformunda sınava yönelik eğitici içerik üreten kanalların akademik başarı ve motivasyon değişkenlerine yönelik etkililiği araştırılabilir.

3. YouTube platformundaki eğitici videoların altına yapılan yorumlara yönelik içerik analizi yapılarak, izleyicilerin eğitici içerikler hakkındaki görüşleri derinlemesine incelenebilir.

4. İlköğretim ve ortaöğretim seviyesine yönelik YouTube eğitsel içeriklerinin örgün eğitimde kullanılma durumu araştırılabilir.

5. YouTube eğitici içeriklerindeki anlatıcılara (öğretmenlere) yönelik araştırma yapılabilir.

6. YouTube eğitici içeriklerinin mobil öğrenme ve her yerde öğrenme amacıyla kullanım durumu araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Açıksöz, F. ve Güdek, B. (2018). “Müzik eğitimi’nde YouTube etkisi: Online piyano dersleri”. *Journal of Turkish Studies*, 13 (6), 1-22. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.12821>
- Adıgüzel, Y. (2017). *Medya İlişkileri*. Anadolu Üniversitesi Basımevi: Eskişehir.
- Affde (2021). YouTube ve Vimeo: ayrıntılı bir karşılaştırma. Erişim: 19 Eylül 2021, <https://www.affde.com/tr/youtube-vs-vimeo-1.html>
- Alikılıç, Ö. ve Onat, F. (2007). “Bir halkla ilişkiler aracı olarak kurumsal bloglar”. *Journal of Yaşar University*, F 2.8, 899-927.
- Alp, Y. ve Kaleci, D. (2018). “YouTube sitesindeki videoların eğitim materyali olarak kullanımına ilişkin öğrenci görüşleri”. *International Journal of Active Learning*, 3 (1), 57-68.
- Altayef, H. A. A. ve Karacı, A. (2019). “Analysis of social media addiction and usage purposes among secondary-school students in Turkey”. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 10 (38), 7-34. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2019.3.001.x>
- Altunay, A. (2015). “Bir sosyalleşme aracı olarak yeni medya”. *Selçuk İletişim*, 9 (1), 410-428. <https://doi.org/10.18094/si.48539>
- Altunel O., Oruç M. Ş., Irgat S. G., Sırakaya E. ve Özcura F. (2022). “Göz kapağı hastalıkları ile ilgili YouTube videolarının bilgi kaynağı olarak kullanılabilirliğinin değerlendirilmesi”. *MN Oftalmoloji*, 29 (1), 1- 5.
- Altunhan, Y., Kırmık, D. ve Özkul, R. (2022). “Çoklu ortam materyallerinin ilk okuma ve yazma sürecine etkilerine ilişkin öğretmen görüşleri”. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23 (2), 929-950.
- Akkoyunlu, B. ve Yılmaz, M. (2005). “Türetimci çoklu ortam öğrenme kuramı”. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 9-18.
- Akyol, C. ve Çiftçi, D. S. (2020). “Çoklu ortam tasarımı destekli yapılandırmacı öğretim etkinliklerinin öğrencilerin akademik başarılarına etkisi”. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16 (31), 4077-4096. <https://doi.org/10.26466/opus.774891>

- Archive (2021). İçerik Kraldır. Erişim: 05 Temmuz 2021.
<https://web.archive.org/web/20010126005200/http://www.microsoft.com/billgates/columns/1996essay/essay960103.asp>
- Ata, A. (2017). Etkili Video Ders Çekim ve Tasarım Sürecinin İncelenmesi: Bir Model Önerisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Ata, A. ve Atik, A. (2016). “Alternatif bir eğitim-öğretim ortamı olarak video paylaşım siteleri: Üniversitelerdeki YouTube uygulamaları”. *E-Journal of New World Sciences Academy (NWSA) Social Sciences*, 11 (4), 312-325.
- Atalay, G. E. (2019). “Sosyal medya ve çocuk: “Babishko Family Fun Tv” isimli YouTube kanalının eleştirel bir analizi”. *Erciyes İletişim Dergisi, Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı*, 179-202.
<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.484856>
- Ateş, M., Çerçi, A. ve Derman, S. (2015). “Eğitim bilişim ağında yer alan Türkçe dersi videoları üzerine bir inceleme”. *Sakarya University Journal of Education*, 5 (3), 105-117. <http://dx.doi.org/10.19126/suje.18755>
- Ateşalp, S. ve Başlar, G. (2015). “Katılımcı kültür tartışmaları ekseninde sosyal medyada diziler: Kardeş payı örneği”. *Intermedia International E-journal*, 2 (1), 158-180.
- Austin, K. A. (2009). “Multimedia learning: Cognitive individual differences and display design techniques predict transfer learning with multimedia learning modules”. *Computers and Education*, 53(4), 1339–1354.
- Aydemir, M. (2018). *Uzaktan Eğitim Program, Ders ve Materyal Tasarımı*. Eğitim Yayınevi.
- Aydın, C. (2021). Sosyal Medya ve Tüketim Kültürü Perspektifiyle Instagram ve YouTube Üzerine Netnografik Bir Çalışma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aydoğan, F. ve Kırık, A. M. (2012). “Alternatif medya olarak yeni medya”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 58-69.
- Azor, R. O., Asogwa, U. D., Ogwu, E. N. and Apeh, A. A. (2020). “YouTube audio-visual documentaries: Effect on nigerian student’s achievement and interest in history curriculum”. *The Journal of Educational Research*, 113 (5), 317-326
- Baddeley, A. (1992). “Working memory”. *Science*, 255 (5044), 556–559.
<https://doi.org/10.1126/science.1736359>

- Bartsch, R. A. ve Cobern, K. M. (2003). "Effectiveness of PowerPoint presentations in lectures". *Computers and Education*, 41(1), 77-86. [https://doi.org/10.1016/S0360-1315\(03\)00027-7](https://doi.org/10.1016/S0360-1315(03)00027-7)
- BASF (2022). Basfi ile bilimsel deney. Erişim: 20 Mart 2022, <https://www.basf.com/tr/tr/who-we-are/basf-tuerkiye/social-responsibility-projects/basfi-ile-bilimsel-deney.html>
- Bello-Bravo, J., Payumo, J. ve Pittendrigh, B. (2021). "Measuring the impact and reach of informal educational videos on YouTube: The case of scientific animations without borders". *Heliyon*, 7 (12), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08508>
- Binark, M. ve Löker, K. (2011). *Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi*. Uzerler Matbaası: Ankara.
- Bingöl, B. (2014). "Çoklu ortam (multimedya) tasarımı içeren lisans derslerinde öğrencilerin video ve animasyon konuları hakkındaki bilgi düzeyi: Görsel iletişim tasarımı öğretimi üzerine bir araştırma". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (39), 159-172.
- Boz, M., Buluk, B. ve Aysu, S. (2017). "Sosyal medya kullanımı ve sosyal sermaye ilişkisi: Çanakkale onsekiz mart üniversitesi örneği". *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 16. *Ulusal İşletmecilik Kongresi*, 633-648. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.322258>
- Bulduk, B. (2016). "Etkileşimli medya ve öğretim ortamlarında tasarım geliştirme süreci". *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 0 (16), 47-63.
- Bulunmaz, B. (2014). "Yeni medya eski medyaya karşı: Savaşı kim kazandı ya da kim kazanacak?" *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 22-29.
- Bulunmaz, B. (2015). "Yeni medyada nefret söylemi ve üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma." *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 73-88. <http://doi.org/10.12780/uusbd.44538>
- Burgess, J. ve Green, J. (2009). *YouTube Online Video and Participatory Culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (24. baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

- Cihangir, H. H. ve Çoklar, A.N. (2021). “YouTube’u bir eğitim ortamı olarak kullanmak: Takipçi görüntülerini incelemek”. *Uluslararası Teknoloji ve Eğitim Dergisi*, 5 (1), 50-60.
- Chau, C. (2010) “YouTube as a participatory culture.” *New Directions for Youth Development*, (128), 65-74.
- Chin-Fook, L. and Simmonds, H. (2011). “Redefining gate keeping theory for a digital generation”. *Mc Master Journal of Communication*, 8, 7-34.
- Comu, T. ve Halaiqa, İ. (2014). *Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi. Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. (der: M. Binark). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 26-87.
- Craig, S. D., Gholson, B., ve Driscoll, D. M. (2002). “Animated pedagogical agents in multimedia educational environments: Effects of agent properties, picture features and redundancy”. *Journal of Educational Psychology*, 94(2), 428-434. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.94.2.428>
- Creswell, J., and Plano Clark, V. L. (2007). *Understanding Mixed Methods Research. In J. Creswell (Ed.), Designing and Conducting Mixed Methods Research* (pp. 1-19). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Çangal, Ö. (2021). “Dil öğretiminde YouTube’un kullanımı: Yabancılara Türkçe öğretmenlerin deneyimleri ve bakış açıları”. *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (Ö10), 63-80. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1009040>
- Çetin, İ. (2019). “Yeni medyada yükselen ses “katılımcı kültür”: Survivor örneği”. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 2 (2), 150-173. <https://doi.org/10.33464/dorduncukuvvet.535758>
- Çoban, F. N. (2021). “Çoklu ortam teknolojilerinin eğitime entegrasyonunda öğretmen eğitiminin önemi”. *Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 19-32.
- Çocuk İçin İçerik (2022, Mart 20). Erişim adresi: <https://www.cocukicerik.com/incelemler/yayincilar-ve-youtuber-lar/basfi-ile-deneysel-bilim>
- Çoşğun, V. ve Satıcı, A. F. (2017). “Çoklu ortam öğrenmede konu dışı işlemenin azaltılması ilkelerinin öğrenenlerin bilişsel yük, geri getirme ve transfer performanslarına etkisi”. *Mustafa Kemal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 1-14. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mkuefder/issue/33466/364878>

- Demir Kaymak, Z., Horzum M.B.(2013). “Relationship between online learning readiness and structure and interaction of online learning students”. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 13(3), 1792-1797
- Deperlioğlu, Ö., Köse, U. (2010). “Web 2.0 teknolojilerinin eğitim üzerindeki etkileri ve örnek bir öğrenme yaşantısı”. *Akademik Bilişim’10 – XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 10-12 Şubat 2010, Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Deveci, F. G. (2019). Bireysel ve Çevresel Motivasyonların YouTuber Takipçilerinin Davranışsal Değişimleri Üzerine Etkisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Dijital CEO ile Teknoloji Sohbetleri. (2021, 18 Aralık). Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=XeeAnoIikEM&list=WL&index=8>
- Dikmen, E. Ş. (2018). “Yüksek öğretim kurumlarının video paylaşım stratejileri: Türkiye’deki üniversitelerin YouTube kanalları üzerine bir inceleme”. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 29-52.
- Dönmez, M., Doğan, S. ve Baran, E. (2018). “How signaling principle affects learning: an eye tracking study”. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14 (2), 700-713. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.360724>
- Duman, K. ve Özdoğru, G. (2018). “Dijital emek ve kullanıcı içeriğinin metalaşması: katılımcı sözlük yazarları üzerine inceleme”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (4), 75-99. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.419811>
- Eitel, A., Scheiter, K., Schüller, A., Nyström, M., and Holmqvist, K. (2013). “How a picture facilitates the process of learning from text: Evidence for scaffolding”. *Learning and Instruction*, 28, 48-63. <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2013.05.002>
- Emirtekin, E., Kışla, T., Polan, Ş. ve Dönmez, O. (2020). “Etkileşimli eğitsel video ve başarı testinin geliştirilmesi: IP adresi kavramı örneği”. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 9 (1), 42-51.
- En Popüler Sosyal Medya Platformları. (2022 Şubat 03). Erişim Adresi: <https://www.iienstitu.com/blog/2021-dijital-raporu-en-populer-sosyal-medya-platformlari>
- Erden, M. (1998). *Eğitimde Program Değerlendirme (3. Baskı)*. Ankara: Anı Yayıncılık
- Erdoğan, İ. (2020). “Yeni medya aptallığı: YouTube videolarında aptalca şeyler yapmanın ve söylemenin ekonomi politiği”. *TRT Akademi*, 5 (10), 742-765.

- Eren Çetin, Ş. (2019). Katılımcı Kültür Olgusu Bağlamında Sosyal Medya ve Çevrimiçi Topluluklar: Netnografik Bir Analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Ergen, Y. (2019). “Popüler kültürün popüler rol modelleri YouTuberlar: İlköğretim çağındaki özel okul öğrencileri üzerine bir araştırma”. *İnsan ve Toplum*, 9 (1), 117-154. <https://doi.org/10.12658/M0284>
- Flick, U. (2013). Mapping the field. In U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis*, 3-18. Los Angeles, USA: Sage.
- Fuchs, C. (2020). *Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş*. (Saraçoğlu, D. ve Kalaycı, İ. (çev.). NotaBene Yayınları: İstanbul.
- Genç, Z. (2010). “Web 2.0 yeniliklerinin eğitimde kullanımı: bir Facebook eğitim uygulama örneği”, *Akademik Bilişim’10 - XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 10-12 Şubat 2010, Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Gilroy, M. (2010). “Higher education migrates to YouTube and social networks”. *The Education Digest; Ann Arbor*, 75 (7), 18-22.
- Gökçe, G. (2012). *Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği*. İstanbul: Der Yayınları.
- Guo, P. J., Kim, J. and 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*, March 4–5, Atlanta, Georgia, USA: ACM. 41-50
- Gülmez, E. (2019). Okul Öncesi Dönem Kavramı Öğretiminde YouTube'un Bir Eğitim Teknolojisi Olarak Kullanılması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Harskamp E., Mayer R. E., Suhre C. and Jansma J. (2007). “Does the modality principle for multimedia learning apply to science classrooms?” *Learning and Instruction*, 17, 465–477.
- İç, C. (2017). Video İçerik Üretimi Sağlayan Sosyal Ağ Sitelerinde Video Üretimi: YouTube Türkiye’de Video Üretimi İçerik Analizi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- İlhan, E. ve Görgülü Aydoğdu, A. (2019). “YouTube kullanıcılarının kullanım motivasyonlarının incelenmesi”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7 (2), 1130-1153. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.570677>

- İşbulan, O., Arslan, E., Alkaya Karagöl, E., ve Selvi, G. (2020). “Eğitim bilişim ağı’nda (EBA) yer alan çoklu ortam uygulamalarının çoklu ortam öğrenme ilkeleri açısından değerlendirilmesi”. *Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (2), 182-196. <https://doi.org/10.25272/j.2149-8385.2020.6.2.08>
- İzlesene (2021 Kasım18). Erişim adresi: <https://www.izlesene.com/yardim/hakkimizda>
- Jenkins, H. (2006). *Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Education For The 21st Century*, Chicao: MacArthur Foundation.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press: New York and London.
- Jenkins, H., Ito, M. ve Boyd, D. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era*. UK: Polity Press.
- Kabakçı, İ., Fırat, M., İzmirli, S. ve Kuzu, E. B. (2010). “Opinions of teachers on using internet searching strategies: An elementary school case in Turkey”. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 1 (1), 49-61.
- Kablan, Z., Özdişçi, S., Özdemir, A., Özarmut, Ş., Erçoban, M., Daymaz, M. ve Aydın, M. (2019). “Buluş yoluyla öğrenme yönteminin düz anlatım yöntemine kıyasla rutin olan ve olmayan problem çözmeye etkisi”. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(1), 83-100.
- Kaleli, B. (2022). “Çoklu ortam öğrenme materyali olarak etkileşimli animasyonların tasarımı”. *Art vision (Online)*, 28 (48), 12-23.
- Karabulut, N. (2008). *Yeni Medya Teknolojileri ve Halkla İlişkiler*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karaca, F. ve Aktaş, N. (2019). “Ortaöğretim kurumu öğretmenlerinin web 2.0 uygulamaları için haberdarlıklarının, yeterlilik düzeylerinin, kullanım sıklıklarının ve eğitsel amaçlı kullanım biçimlerinin incelenmesi”. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21 (2), 212-230.
- Karakuş Yılmaz, T. ve Çağıltay, K. (2016). “Proje tabanlı çoklu ortam tasarımı sürecinde öğretim tasarımı becerilerinin gelişiminin araştırılması”. *Türk Çevrimiçi Tasarım, Sanat ve İletişim Dergisi*, 6 (2), 244 - 260.
- Karataş, Z. (2015). “Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri”. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.

- Kaynak, N. B. (2020). Sosyal Medya Uygulamalarında Çocukları Hedef Alan Reklamlar: YouTube Üzerine Bir İnceleme. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Kearney, M. and Treagust, D. F. (2001). "Constructivism as a referent in the design and development of a computer program using interactive digital video to enhance learning in physics". *Australian Journal of Educational Technology*, 17 (1), 64-79.
- Kester, L., Kirschner, P. A. and vanMerriënboer, J. J. G. (2005). "The management of cognitive load during complex cognitive skill acquisition by means of computer-simulated problem solving". *The British journal of educational psychology*, 75(1), 71-85. <https://doi.org/10.1348/000709904X19254>
- Kılıç, A. ve Seven, S. (2006). *Konu Alanı Ders Kitabı İncelemesi (6. Baskı)*. Ankara: Pegem AYayıncılık.
- Kılıç, A. ve Yılmaz, R. (2021). "YouTube'un eğitsel amaçlı kabul durumunun incelenmesi". *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3 (1), 69-89.
- Kırmacı, Ö. ve Şahin İzmirli, Ö. (2015). "Designing a web based measurement and evaluation environment: A sample storyboard/Web tabanlı ölçme ve değerlendirme ortam tasarımı: Bir görsel senaryo örneği". *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 11 (1), 16-32.
- Kizilcec, R.F., Bailenson, J.N., ve Gomez, C.J. (2015). "The instructor's face in video instruction: Evidence from two large-scale field studies". *Journal of Educational Psychology*, 107 (3), 724-739. <https://doi.org/10.1037/edu0000013>
- Kuzudişli, H. (2019). Video-İçi Biçimlendirici Değerlendirme Ortamında Öğrenen-Değerlendirme Etkileşimlerinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Küçükyılmaz, Y. (2016). YouTube Multimedya ve Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanarak Alan İngilizcesinin Kara Harp Okulu'nda Öğretilmesi: Bir YouTube Çalışması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Lam, N. H. T., ve 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>

- Lawson, A. P. and Mayer, R. E. (2021). “Benefits of Writing an Explanation During Pauses in Multimedia Lessons”. *Educational Psychology Review*, 33 (4), 1859–1885.
- Lincoln, S. R. (2009). *Mastering Web 2.0-Transform Your Business Using Key Website and Social Media Tools*. London: Kogan Page.
- Fiorella L. and Mayer R. E. (2016). “Effects of observing the instructor draw diagrams on learning from multimedia messages”. *Journal of Educational Psychology*, 108, 528–546.
- Fiorella L., van Gogh T., Hoogerheide V. and Mayer R. E. (2017). “It’s all a matter of perspective: Viewing first-person video modeling examples promotes learning of an assembly task”. *Journal of Educational Psychology*, 109, 653–665.
- Fiorella L., Stull A., Kuhlmann S. L. and Mayer R. E. (2020). “Fostering generative learning from video lessons: Benefits of instructor generated drawings and learner-generated explanations”. *Journal of Educational Psychology*, 112, 895–906.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.
- Marchionini, G. (2003). “Video and learning redux: New capabilities for practical use”. *Educational Technology*, 43(2), 36-41.
- Materyal Hazırlama. (2022, 17 Mart). Erişim adresi: <http://materyalhazirlama.weebly.com/e287itsel-video.html>
- Mautone P. D. and Mayer R. E. (2007). “Cognitive aids for guiding graph comprehension”. *Journal of Educational Psychology*, 99, 640–652. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.99.3.640>
- Mayer, R. E. (2001). *Multimedia Learning (2nd ed.)*. Cambridge University Press: New York, USA.
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia Learning*. Cambridge University Press: New York, USA.
- Mayer R. E. (2020). *Multimedia Learning, (3rd ed.)*. New York: Cambridge University Press.
- Mayer, R. E. (2021). “Evidence-based principles on how to design effective instructional videos”. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 10 (2), 229-240.
- Mayer R. E. and Anderson R. B. (1991). “Animations need narrations: An experimental test of a dual-coding hypothesis”. *Journal of Educational Psychology*, 83, 484–490.

- Mayer R. E., Moreno R., Boire M. and Vagge S. (1999). "Maximizing constructivist learning from multimedia communications by minimizing cognitive load". *Journal of Educational Psychology*, 91, 638–643.
- Mayer R. E., Mathias A. and Wetzell K. (2002). "Fostering understanding of multimedia messages through pre-training: Evidence for a two-stage theory of mental model construction". *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 8, 147–154
- Mayer, R. E. and Moreno, R. (2002). Aids to computer-based multimedia learning. *Learning and Instruction*, 12(1), 107–119. [https://doi.org/10.1016/S0959-4752\(01\)00018-4](https://doi.org/10.1016/S0959-4752(01)00018-4)
- Mayer, R. E., Fennell, S., Farmer, L., and Campbell, J. (2004). A personalization effect in multimedia learning: Students learn better when words are in conversational style rather than formal style. *Journal of Educational Psychology*, 96(2), 389–395. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.96.2.389>
- Mayer, R. E., and DaPra, C. S. (2012). "An embodiment effect in computer-based learning with animated pedagogical agents". *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 18(3), 239–252. <https://doi.org/10.1037/a0028616>
- Mayer R. E., Wells A., Parong J. and Howarth J. (2019). "Learner control of the pacing of an online slide show: Does segmenting help?" *Applied Cognitive Psychology*, 33, 930–935.
- Menekşe, F. (2019). Bir İş Modeli Olarak Vloggerlık ve YouTube Platformunda İçerik Üretimi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi, Lisansüstü Programlar Enstitüsü, İstanbul.
- Mestçi, A. (2009). "Web 2.0 teknolojisi ve interaktif pazarlama ve reklam modelleri". *Akademik Bilişim '09 - XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, Harran Üniversitesi, Şanlıurfa.
- Miles, B. M. and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. (2nd ed.). London: Sage Pub.
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A., Jaafar, N.I. and 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. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2017.12.001>

- Moreno R. and Mayer R. E. (1999). "Cognitive principles of multimedia learning: The role of modality and contiguity". *Journal of Educational Psychology*, 91(2), 358–368. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.91.2.358>
- Moreno, R., and Mayer, R. E. (2000). "Engaging students in active learning: The case for personalized multimedia messages". *Journal of Educational Psychology*, 92(4), 724–733. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.92.4.724>
- Mutlu, B. (2017). Sosyal Medyanın Pazarlamasının Yeni Yüzleri YouTube İçerik Üreticileri ve Kanal Toplulukları: YouTuber-Marka İş Birliği Videoları Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Najjar, L. J. (1996). *The effects of multimedia and elaborative encoding on learning* [Electronic Version]. Technical Report GIT-GVU-96-05.
- Odabaşı, H. F., Mısırlı, Ö., Günüş, S., Timar, Z. Ş., Ersoy, M., Som, S., Dönmez, F. İ., Akçay, T. ve Erol, O. (2012). "Eğitim için yeni bir ortam: Twitter". *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 2 (1), 89-103.
- OECD, (2007). *Katılımcı Web ve Kullanıcı Tarafından Oluşturulan İçerik: Web 2.0, Wikiler ve Sosyal Ağlar*. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/9789264037472-en>
- OECD, (2008). *Measuring User-Created Content: Implications for the ICT Access and Use by Households and Individuals Surveys*. Paris: OECD. Retrieved January 13, 2008 from. <http://www.oecd.org/dataoecd/44/58/40003289.pdf>
- OFCOM (2020). *Children and parents: media use and attitudes report 2019*. Erişim: 14 Nisan 2022). https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0023/190616/children-media-use-attitudes-2019-report.pdf
- O'Neil, H. F., Mayer, R. E., Herl, H. E., Niemi, C., Olin, K., and Thurman, R. A. (2000). "Instructional strategies for virtual aviation training environments". In O'Neil, H. F., Andrews, D. H. (Eds.), *Aircrew Training and Assessment* (pp. 105–130). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Ozan, Ö. (2013). "Eğitim amaçlı çoklu ortam uygulamalarına ilişkin bir değerlendirme aracı". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 56-64.
- Ozan, Ö. (2015). "e-Öğrenme için eğitsel video geliştirme". *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 1 (4), 59-80.

- Ökmen, Y. E. (2021). Gelenekselden Dijitale Hikâye Anlatıcılığı: YouTube Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özçelik, E., Arslan Arı, I. and Çağiltay, K. (2010). “Why does signaling enhance multimedia learning? Evidence from eye movements”. *Computers in Human Behavior*, 26. 110-117.
- Özdel, G. (2018). “Yeni reklam ortamı olarak Vlog’larda ürün tanıtımı ve anlam üretimi”. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2 (1), 1-15. <https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2018.2/1.1-15>
- Özel, S. (2015). “Bir yayın platformu olarak internette çevrim içi videolar ve kullanıcılarının doyum faktörleri.” *Global Media Journal*, 5 (10), 288-316.
- Özerbaş, M. A. ve Yalçınkaya, M. (2018). “Çoklu ortam kullanımının akademik başarı ve motivasyona etkisi”. *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1-21.
- Özerbaş, M. A., Safi, B. N. ve Türkoğlu, Ş. (2021). “Hayat bilgisi dersinde kullanılan dijital platformların çoklu ortam tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi”. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 19 (1), 421-437. <https://doi.org/10.37217/tebd.872751>
- Öztürk, Ş. (2015). “Sosyal medyada etik sorunlar”. *Selçuk İletişim*, 9 (1), 287-311. <https://doi.org/10.18094/si.57598>
- Öztürk, B. (2020). YouTube Oyun Vloglarının Topluluk İletişimi Pratiği Olarak İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Özuz, E. (2018). Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde YouTuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma Ve Değerlendirme Yöntemleri* (M. Bütün ve S. B. Demir, çev.). Ankara: Pegem Akademi.
- Pekdağ, B. (2010). “Kimya öğreniminde alternatif yollar: animasyon, simülasyon, video ve multimedya ile öğrenme.” *Türk Fen Eğitimi Dergisi*, 2 (7), 79-110.
- Polat, İ. H. (2016). “Dijital-siber-sosyal; Yeni bir medyadan yeni bir yaşam alanına dönüşüm”. *TRT Akademi*, 1 (2), 408-424.
- Reca, Ö. F. (2014). *Başarılı ve Güzel Beden Dili ve Konuşma Sanatı*. Ankara: Tutku Yayınevi.

- Ribi, J. (2017). “YouTube vs Dailymotion vs Vimeo-How Should You Video?” (2021 Kasım 12). Erişim Adresi: <https://www.pagecloud.com/blog/youtube-vs-dailymotion-vs-vimeo>
- Saban, A. (2020). “Ortaokul öğrencilerinin YouTube üzerindeki metafor, kullanım ve görüntülemelerinin incelenmesi”. *Çağdaş Eğitim Teknolojisi*, 11 (1), 111-129. <https://doi.org/10.30935/cet.646872>
- Salkaya, A. D. (2020). “Yeni Medyada Çocuk İçerik Üreticileri: Yaşam Biçimi Sunumu ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini Üzerinden YouTube Çocuk Kanalları.” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Saurabh, S. and Gautam, S. (2019). “Modelling and statistical analysis of YouTube's educational videos: A channel Owner's perspective”. *Computers & Education*, 128, 145-158. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.09.003>
- Shallcross, D. E. and Harrison, T. G. (2007). “Lectures: Electronic presentations versus chalk and talk - a chemist's view”. *Chemistry Education Research and Practice*, 8, 73-79. <https://doi.org/10.1039/B6RP90021F>
- Shepherdson, E. (2001). Teaching Concepts Utilizing Active Learning Computer Environments. Doctoral Theses. M.I.T., Department of Civil and Environmental Engineering, USA. <https://core.ac.uk/download/pdf/19878877.pdf>
- 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>
- Smaldino, S. E., Russell, J. D., Heinich, R. and Molenda, M. (2005). “*Instructional Technology and Media for Learning*”. New Jersey Columbus: Pearson.
- Socialblade (2022 Şubat 22). Erişim adresi: <https://socialblade.com/youtube/c/basfiiledeneyselbilim/videos/mostviewed>
- Stull A., Fiorella L., Gainer M. and Mayer R. E. (2018). “Using transparent white boards to boost learning from online STEM lectures”. *Computers and Education*, 20, 146–159.
- Stull A., Fiorella L. and Mayer R. E. (2018). “An eye-tracking analysis of instructor presence in video lectures”. *Computers in Human Behavior*, 88, 263–272.
- Şahin, M. ve Şahin, G. (2016). “Geleneksel medyanın yeni rakibi: Yeni medya ve canlı yayınlar”. *Yeni Medya*, (1), 50-63.


- Şentürk, H., ve Kurşun, E. (2021). “Öğretmenlerin eğitsel videoları tercih etme nedenleri ve derslerinde kullanım biçimleri”. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (42), 164-184. <https://doi.org/10.33418/ataunikkefd.688397>
- Taş Alicenap, Ç. ve San, R. (2019). “Çizgi filmlerin eğitsel sunuş açısından çoklu ortam tasarım ilkeleri ve sinematizm-animatizm kavramları bağlamında incelenmesi: The fixies çizgi dizi örneği”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7 (2), 1154-1188. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.570937>
- Taşdelen, B. (2019). “Views of instructors teaching in open and distance learning about learning applications: the use of YouTube as a learning source in open and distance education”. *The Journal of International Scientific Researches*, 4 (3), 234-240. <https://doi.org/10.23834/isrjournal.621402>
- Taşdelen, B. (2019). *Okul Öncesi Çocuklar İçin Sağlık İçerikli Eğitici Videoların YouTube Aracılığıyla Kullanılması*. Yeni Medyada Çocuk ve İletişim, 97-114, Çizgi Kitabevi.
- Tekbıyık, G. S. (2017). *Dijital İçerik Yönetiminde Görsel Kullanımının Marka İletişimine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tekin, H. H. (2012). “Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme”. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3 (13), 101-116.
- Tezci, E. (2006). *Öğretim Materyallerinin Tasarımı*. M. Gürol (Ed.), *Öğretim Teknolojileri Materyal Hazırlama*, 109-124. Ankara: Akış Yayıncılık.
- TDK. (2021). *Güncel Türkçe Sözlük*. Türk Dil Kurumu.
- Thiele, T., Pope, D., Singleton, A., Snape, D., and Stanistreet, D. (2017). “Experience of disadvantage: The influence of identity on engagement in working class students educational trajectories to an elite university”. *British Educational Research Journal*, 43(1), 49-67.
- Think With Google. (2021 Temmuz 16). Erişim adresi: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/tr-tr/icgoruler/tuketici-trendleri/video-izlemenin-gelecegi/>
- Tok, M. Ç. (2022). “Uzaktan öğrenenler tarafından üretilen YouTube videolarında ekran desteğini keşfetmek”. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 32-63. <https://doi.org/10.51948/auad.999006>

- TUİK (2021). *Çocuklarda bilişim teknolojileri kullanım araştırması*. Erişim: 03 Mayıs 2022, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132>
- Turan, E. A. (2013). Yeni Medya Ortamlarında Üre-Tüketecilik ve Katılım Olgusu: Ekşi sözlük ve Okan Bayülgen'in Talk Show'unda Etkileşim. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tutgun Ünal, A. (2020). "YouTube kullanıcısı z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve tercihlerinin incelenmesi". *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 8 (16), 61-85.
- TVN (2021 Eylül 10). En çok izlenen YouTube video türleri nelerdir?Erişim adresi: <https://turkeyvideonetwork.com/en-cok-izlenen-youtube-video-turleri-nelerdir/>
- Ülker, M. (2021). "Yunus Emre Enstitüsü'nün A1 seviyesindeki Türkçe öğretim videolarının çoklu ortam ilkelerine göre değerlendirilmesi". *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 10 (1), 237-254.
- We Are Social (2022). *Dijital 2022 Türkiye raporu*. Erişim: 13 Eylül 2022. <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/5Zodg.pdf>
- Wikipedia. (2020). *YouTube'da eğitim*. Erişim: 4 Temmuz 2022. https://tr.wikipedia.org/wiki/YouTube%27da_e%C4%9Fitim
- Wouters, P., Paas, F., and van Merriënboer, J.J.G. (2009). "Observational learning from animated models: Effects of modality and reflection on transfer". *Contemporary Educational Psychology*, 34, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2008.03.001>
- Yavuz Van Giersbergen, M. and Soyer, Ö. (2020). "Nursing students' opinions about usage of YouTube in operating room nursing lecture". *Journal of Theoretical Educational Science*, 13 (3), 490-504.
- Yıldırım A. ve Şimşek H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, G. (2014). Tablet Bilgisayarlara Yönelik Geliştirilen E-Kitapların Video ile Zenginleştirilmesi Süreci; Bir Tasarım Tabanlı Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık: Ankara.

- Yiğit, B. (2020). Açık ve Uzaktan Öğrenmede Eğitsel Videolara İlişkin Uzman ve Öğrenen Görüşleri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- YouTube Creators. (2021 Ekim 05). YouTube'da içerik üretmek için ihtiyaç duyacağınız her şey. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/creators/>
- YouTube Culture and Trends. (2021). *Kültür ve Eğilimler Raporu 2021*. Erişim: 09 Aralık 2021, <https://www.youtube.com/trends/articles/report-sources/>
- YouTube Support. (2021 Kasım 17). YouTube İş Ortağı Programı'na genel bakış ve uygunluk. Erişim adresi: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=tr>
- Yünkül, E. (2019). “Çoklu ortam öğrenme materyalinin akademik başarıya ve kalıcılık düzeyine etkisi”. *Kastamonu Education Journal*, 27 (2), 727-736. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.2701>
- 10 YouTube alternatifine genel bakış (2021, 4 Aralık). Erişim adresi: <https://www-ionos-com.translate.goog/digitalguide/online-marketing/social-media/youtube-alternatives-an-overview-of-the-best-portals/? x tr sl=en& x tr tl=tr& x tr hl=tr& x tr pt=nui,sc>

EKLER

EK-1. Kanal İzin Belgesi

 7 Nis 2022 01:42 ☆ ↶ ⋮

Çiğdem Ceylan
Alıcı: bilgi ▾


Merhaba,

Ben Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde yüksek lisans öğrencisi Çiğdem CEYLAN, Danışmanım Doç. Dr. Özden ŞAHİN İZMİRLİ ile eğitici youtube içerikleri hakkında bir tez çalışması yapmaktayım. Araştırmada sosyal sorumluluk projesi olarak oluşturduğunuz "Basfi ile Deneysel Bilim" youtube kanalınızı inceleyeceğim. Bu maili sizi bu konuda bilgilendirmek ve rızanızı almak için yazıyorum. Oluşturduğunuz youtube kanalı ve içeriklerin öğrenciler için merak uyandırıcı ve cezbedici olduğunu gördük. Kanal içeriklerinin okullardaki gösteriminden sonra ise ortaokul öğrencilerinden çok güzel dönütler aldık. Bu sebeple Youtube'da eğitici özellikteki içerik türünde başarılı olan bir kanal örneği olarak "Basfi ile Deneysel Bilim" kanalını incelemek istiyor, bu konuda desteğinizi bekliyoruz.


Araştırmanın başlığı "Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Bir Eğitici Video Kanalının İçerik Analizi ve Kanala Yönelik Takipçi Görüşleri: 'Basfi ile Deneysel Bilim' YouTube Kanalı Örneği" olup ; çalışmada kanaldaki video içerikler ve videolara yazılan yorumlar incelenecektir. Netel bir araştırma olarak tasarladığımız çalışmanın sonucunda çocuklar için oluşturulan youtube eğitici içerikleri hakkında alanyazına katkı sağlayacağı kanaatindeyiz.

Araştırma sonucunu sizinle samimiyetle paylaşacağım. Bu süreçte sizinde belirtmek istediğiniz öneri ve görüşleriniz olursa benim için önem arz eder ve dinlemekten mutluluk duyarım. Zaman ayırıp okuduğunuz için teşekkür ederim. Çocuklara da hitap eden bu içeriklerdeki her yönden titiz ve dikkatli çalışmanız içinde ayrıca teşekkür ediyorum.

Cevabınızı bekliyorum. İyi çalışmalar.

 8 Nisan Cum 09:07 ☆ ↶ ⋮

Merhaba Çiğdem Hanım,

Ben  projenin yürütücüsüyüm. Basfi ile Deneysel Bilim projesi BASF Türk Kimya firmasının tam da sizin belirttiğiniz gibi çocuklara bilimi sevdirmek için yola çıkmış bir kanal ve bu çaba ile ilerliyoruz. İlginiz için teşekkür ederiz. Kanal konunuz ile kullanabilirsiniz. Belirttiğiniz bittiğinde çıkan sonucu bizimle paylaşabilirseniz, çok memnun oluruz.

Teşekkür ederim.

EK-2. İzleyici Görüşme Formu

YouTube Platformunda Eğitsel İçeriklerin Tasarım Öğeleri Açısından İzlenme Gereksinimlerinin Belirlenmesine Yönelik Görüşme Formu

Sayın Basfi ile Deneysel Bilim YouTube Kanalı izleyicisi,

Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü'nde yüksek lisans yapmaktayım. Tezim kapsamında sizlerin değerli görüşlerine gereksinim duymaktayım. Araştırmamın genel amacı YouTube platformunda popüler olan eğitsel bir kanalın içeriklerinin özelliklerini tespit ederek, alanyazına “Eğitsel İçeriklerin Tasarım Öğeleri Açısından İzlenme Gereksinimleri” hakkında öneriler sunmaktır. Bu amaca bağlı olarak görüşlerinize ihtiyacımız vardır. Sizlerin vereceği görüşme esnasındaki bilgiler kesinlikle bilimsel çalışmalar dışında bir yerde kullanılmayacaktır. Görüşmeyi dilediğiniz zaman tamamlama hakkınız saklıdır. Görüşme esnasında “video” kavramı ile kastedilen YouTube platformundaki eğitici video içeriklerdir.



Çiğdem CEYLAN
/ Yüksek Lisans Öğrencisi

A –YouTube’ a haftalık giriş sıklığınız nasıldır?

- Haftada 1-2 gün
- Haftada 3-4 gün
- Haftada 5-6 gün
- Her gün

B -YouTube’ da günlük olarak geçirdiğiniz toplam süre ne kadar?

- 1 Saatten az
- 1 – 3 Saat aralığında
- 3 – 6 Saat aralığında
- 6 Saatten fazla

C – YouTube’ da günlük olarak eğitsel içerikli videolara harcadığınız süre ne kadar?

- 1 Saatten az
- 1 – 3 Saat aralığında
- 3 – 6 Saat aralığında
- 6 Saatten fazla

Aşağıdaki sorularda video ve içerik kavramı ile kastedilen YouTube platformundaki eğitici video içeriklerdir.)

1. YouTube ana sayfasında iken ya da bildirim geldiğinde eğitici bir videoyu ilk gördüğünüz anda tıklama (izlemeye başlama) sebepleriniz nelerdir?
2. Eğitici bir videoyu izlemeye başladıktan sonra, sonuna kadar izlemenizi sağlayan (sizi videoya bağlayan) özellikler/sebepler nelerdir?
3. YouTube’ da eğitici bir videoyu izlemeye başladıktan sonra, videonun tamamını izlemeden bırakma sebepleriniz nelerdir?
4. Sizce YouTube’ daki eğitici bir içeriğin tasarım özellikleri nasıl olmalıdır?

- a. İçerikte YouTuber'ın kendi sesi ile sunum yapması, samimi bir tavırla konuşması, konuyla ilgili espri (şaka) yapması videoyu izleme durumunuzu nasıl etkiler?
 - b. İçerikte YouTuber'ın samimi bir tavırla çekim ekibinden birisi ile diyalog kurması videoyu izleme durumunuzu nasıl etkiler?
 - c. Konu ile ilgili animasyon ve görsellere yer verilmesi videoyu izleme durumunuzu nasıl etkiler?
 - d. İçerikte önemli yerlerin yazılar ve efektlerle vurgulanması videoyu izleme durumunuzu nasıl etkiler?
 - e. İçerikte ortam tasarımı, arka plan tasarımı nasıl olmalıdır? Ortamda ya da arka planda olmasını ve olmamasını istediğiniz özellikler nelerdir?
 - f. İçerikte fon müziği ve ses efektleri kullanımı videoyu izleme durumunuzu nasıl etkiler?
 - g. İçerikte başlangıç ve bitiş animasyonları, öneri videoları (bitiş kartları) videoyu izleme durumunuzu nasıl etkiler?
 - h. İçerikte size soru sorularak, cevabın yorumlara yazılmasının istenmesi videoyu izleme durumunuzu nasıl etkiler? Yorumlarınıza cevap verilmesi sizi nasıl etkiler?
 - i. YouTube'daki eğitici bir içerikte, konu anlatımı nasıl olmalı?
5. Sizce bu kanaldaki içerikleri YouTube'daki diğer eğitici içeriklerden ayırt eden özellikler nelerdir?
 6. Sizce Basfi ile Deneysel Bilim Kanalı içeriklerinin izlenme sebepleri nelerdir?
 7. Bu konuda eklemek istediğiniz başka bir görüşünüz var mı?

Katılımınız için teşekkür ederiz.

EK-3. İçerik Üretici Görüşme Formu

YouTube Platformunda Eğitsel İçeriklerin Tasarım Öğeleri Açısından İzlenme Gereksinimlerinin Belirlenmesine Yönelik Görüşme Formu

Sayın Basfi ile Deneysel Bilim YouTube Kanalı İçerik Üreticisi,

Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü'nde yüksek lisans yapmaktayım. Tezim kapsamında sizlerin değerli görüşlerine gereksinim duymaktayım. Araştırmamın genel amacı YouTube platformunda popüler olan eğitsel bir kanalın içeriklerinin özelliklerini tespit ederek, alanyazına “Eğitsel İçeriklerin Tasarım Öğeleri Açısından İzlenme Gereksinimleri” hakkında öneriler sunmaktır. Bu amaca bağlı olarak görüşlerinize ihtiyacımız vardır. Sizlerin vereceği görüşme esnasındaki bilgiler kesinlikle bilimsel çalışmalar dışında bir yerde kullanılmayacaktır. Görüşmeyi dilediğiniz zaman tamamlama hakkınız saklıdır. Görüşme esnasında “video” kavramı ile kastedilen YouTube platformundaki eğitici video içeriklerdir.

Çiğdem CEYLAN

/ Yüksek Lisans Öğrencisi

1. Sizce izleyicilerin YouTube platformunda eğitici bir videoyu tercih etme (ilk gördüğü anda tıklama) sebepleri nelerdir? İçerik oluştururken bu konuda dikkat ettiğiniz noktalar nelerdir?
2. Sizce izleyicinin eğitici bir videoyu izlemeye başladıktan sonra, sonuna kadar izlemesini sağlayan (izleyiciyi videoya bağlayan) özellikler/sebepler nelerdir?
3. Sizce ürettiğiniz eğitici içeriklerin izlenmesinde tasarım özelliklerinin etkileri nasıldır?
 - a. İçerikte YouTuber'ın kendi sesi ile sunum yapması, samimi bir tavırla konuşması, konuyla ilgili espri (şaka) yapması video izlenmesini nasıl etkiler?
 - b. İçerikte YouTuber'ın samimi bir tavırla çekim ekibinden birisi ile diyalog kurması video izlenmesini nasıl etkiler?
 - c. İçerikte konu ile ilgili animasyon ve görsellere yer verilmesi video izlenmesini nasıl etkiler?
 - d. İçerikte önemli yerlerin yazılar ve efektlerle vurgulanması video izlenmesini nasıl etkiler?
 - e. İçerikte ortam tasarımı, arka plan tasarımı video izlenmesini nasıl etkiler?
 - f. İçerikte fon müziği ve ses efektleri kullanımı video izlenmesini nasıl etkiler?
 - g. İçerikte başlangıç ve bitiş animasyonları video izlenmesini nasıl etkiler?

- h. İçerikte izleyiciye soru sorularak, cevabın yorumlara yazılmasının istenmesi video izlenmesini nasıl etkiler?
 - i. YouTube'daki eğitici bir içerikte, konu anlatımında öğretimsel yaklaşımların kullanılması video izlenmesini nasıl etkiler?
 - j. İçerik sonlarındaki öneri videoları (bitiş kartları) video izlenmelerini nasıl etkilemektedir? İzlenme sayısını yükselten harici trafik kaynakları var mıdır?
4. Kanalın kurulmasından bugüne kadar olan süreçte, izlenme sayısını olumlu ve olumsuz yönde etkileyen tasarım öğeleri ile ilgili tespitleriniz nelerdir?
 5. Kanalınızı YouTube'daki diğer eğitici kanallardan ayırt eden özellikler nelerdir?
 6. Takipçi yorumlarında dikkate aldığınız durumlar nelerdir? (öneri, eleştiri, vb.) Takipçilere dönüt verirken nelere dikkat ediyorsunuz?
 7. YouTube izlenme verilerinize göre içeriklerinizin izlenme sayılarının arttığı belirgin dönem ve saatler nasıldır?
 8. Basfi ile Deneysel Bilim Kanalı içeriklerinin izlenme sebepleri sizce nelerdir?
 9. Bu konuda eklemek istediğiniz başka bir görüşünüz var mı?

Katılımınız için teşekkür ederiz.

EK-4. Etik Kurul İzin Belgesi



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu
Bilimsel Araştırma Etik Kurulu



Sayı : E-84026528-050.01.04-2200302189
Konu : Başvuru İncelemesi

19.12.2022

Sayın Çiğdem CEYLAN

Yürütücülüğünüzü yapmış olduğumuz 2022-YONP-0993 nolu projeniz ile ilgili Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun almış olduğu 15.12.2022 tarih ve 22/15 sayılı kararı aşağıdadır.

Bilgilerinize rica ederim.

KARAR 15- Sorumlu yürütücülüğünü Doç. Dr. Özden ŞAHİN İZMİRLİ'nin yaptığı ve proje araştırmacısı Çiğdem CEYLAN tarafından gerçekleştirilen "Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Bir Eğitsel Video Kanalının İçerik Analizi ve Kanala Yönelik Takipçi Görüşleri: 'Basfi ile Deneysel Bilim' YouTube Kanalı Örneği" başlıklı araştırmanın, Bilimsel Araştırmalar Etik Kurul ilkelerine uygun olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Salih Zeki GENÇ
Kurul Başkanı

Belge Doğrulama Kodu: ECSTMAP

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Takip Adresi: dogrulama.com.tr

Adres: Onsekiz Mart Üniversitesi Tarihçe ve Yerleşke Çanakkale

Tel/Fax No: (0 286) 2180018

e-Posta:

Kayıt Adresi: www.ozmarmu.edu.tr

Faks No:

İnternet Adresi: www.ozmarmu.edu.tr

Bilgi için :

Enine Anz

Fen Bilimleri Enstitüsü Etik

Kurulu Başkanı

Tel/Fax No:

(0 286) 2180018 - 1340



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

İsim Soyisim :

Doğum Yeri :

Doğum Tarihi :

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi :

Bildiği Yabancı Diller :

İŞ DENEYİMİ

Çalıştığı Kurumlar ve Yıl :

İLETİŞİM

E-posta Adresi :

ORCID :