

WHO SHOULD TEACH IN LECTURE VIDEOS? EXPERT, INSTRUCTOR OR A GOOD SPEAKER¹

VİDEO DERSLERİ KİM ANLATMALI? UZMAN, EĞİTİMCİ VEYA SİKER

Elif TAŞLIBEYAZ²

Selçuk KARAMAN³

Abstract

Today, educational videos, has become an indispensable element of the learning environment. Practical studies used different types and design of video are very important for the preparation of effective instructional video. One of the design parameters in the video is the identity of the person giving a lecture in the educational video. In this study, it is aimed to investigate the effect of identity of the lecturer in video lectures on learning and satisfaction level. It has been created three equivalent educational video lectures with an expert, a teacher and a good speaker about hand hygiene. The identity of the lecturer is emphasized in text as subtitle on the video. These videos were watched by randomly generated three separate groups of 24 volunteers. After the video presentation sessions achievement test and satisfaction survey was administered for each three groups in this experimental study. As a result of data analysis, it can be expressed that the video lectures of teachers and experts resulted in higher learning level than speakers' lecture video. In addition, participants found the video of experts more effective in terms of motivation and interest.

Keywords: Video lecturer, motivation, learning, message design.

Özet

Günümüzde eğitsel videolar, öğrenme ortamlarının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Etkili öğretimsel videoların hazırlanması için farklı tür ve tasarımlardaki videoların kullanıldığı uygulamalı çalışmalar oldukça önemlidir. Videolardaki tasarım değişkenlerinden biri de eğitsel videolarda anlatımı yapan kişinin kimliğidir. Bu çalışmada, videolarda konu anlatımı yapan kişinin kimliğinin öğrenme ve beğeni düzeyine etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. El hijyeni konusunda bir uzman, bir öğretmen ve bir spikerin anlatımlarının yer aldığı eşdeğer üç video oluşturulmuştur. Videolarda anlatımı yapan kişinin kimliği yazılı olarak özellikle vurgulanmıştır. Bu videolar, gönüllü 24 kişiden rastgele oluşturulan 3 ayrı grupta izletilmiştir. Deneysel olarak tasarlanan bu çalışmada izleme oturumu sonrasında başarı testi ve beğeni anketi uygulanmıştır. Verilerin analizi sonucunda, öğrenme düzeyi açısından öğretmen ve uzmanın anlattığı videolardan daha çok verim alındığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca, uzman anlatımı yapılan videonun katılımcılar tarafından motivasyon ve ilgi konusunda daha etkili bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Video sunucusu, motivasyon, öğrenme, mesaj tasarımı.

¹ Bu çalışma ICITS 8 sempozyumunda bildiri olarak sunulmuştur

² Atatürk Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi - Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü. eliftaslibeyaz@yahoo.com.tr

³ Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi. Uzaktan Eğitim Merkezi

Giriş

Günümüz bilgi çağında öğrenmenin hızlı ve doğru şekilde gerçekleştirilmesi için pek çok dijital materyal kullanılmaktadır (MEB, 2005). Dijital materyal denince akla animasyonlar, simülasyonlar, sunular, dijital metinler ve videolar gelmektedir. Bu materyaller içerisinde son yıllarda en çok dikkat çeken ve kullanılan ise videolardır (Lohrmann, 2011; De Leng vd., 2007; Albanese, 2005). Videolar, kişilerin gerçek nesnelere ve hareket dizilerini görmesine ve konuyu dinlemesine olanak tanıyan, sınırsız tekrar olanağı veren materyaller olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Özmen, 2012).

Özellikle son 20 yıldır videolar, öğretimsel kaynakların geliştirilmesi açısından çok daha popüler hale gelmeye başlamıştır (Vural ve Zellner, 2010). Günümüzde insanların hem okuma ve izleme alışkanlıklarında izlemeye doğru bir geçişin olması, hem kalıcı ve motive edici olması, hem de metin tabanlı materyallere göre daha hızlı öğrenmeyi sağlaması internet üzerinde video materyallere olan ilgiyi artırmıştır (Lohrmann, 2011; De Leng vd., 2007; Albanese, 2005). Videoların eğitim-öğretim ortamlarında kullanım sıklığının artması, bu materyallerden fayda sağlandığının en önemli göstergesidir.

Videoların eğitim ve öğretim ortamlarında kullanılmasının faydaları; bilişsel fayda (çok ve iyi öğrenme, bellekte tutma, hatırlama) ve psikolojik fayda (motivasyon, öğrenme zevki) şeklinde gruplanabilir (Çeken ve Tezcan, 2011). Videoların getirdiği bilişsel fayda; bu materyallerin kişilerin, konuya daha iyi odaklanması, zor ve kritik konularda öğrenmelerinin kolaylaşması ve anlamlı zihinsel etkinlikler oluşturmalarına yardımcı olması (Çeken ve Tezcan, 2011; Lovell and Vignare, 2009) ile bağdaştırılabilir. Videoların getirdiği psikolojik fayda ise; insanlara izleme ve kontrol etmenin yanı sıra sosyal ortamlardaki video paylaşımlarında diğer kişilerle tartışma, yorum yazma veya videonun bir parçası olabilme imkânı sağlanması (Vural and Zellner, 2010) şeklinde düşünülebilir.

Yapılan çalışmalara bakıldığında eğitim ortamlarında başarının artırılması açısından geleneksel eğitim ile videonun kullanıldığı eğitimin karşılaştırıldığı pek çok çalışmaya rastlanmıştır. Örneğin; Doğan ve Pirselimoglu (2003) çalışmasında, hentbol temel teknik öğretiminde video kameralı öğretim metodu ile sözel öğretim metodunu karşılaştırmak amaçlanmıştır. Sonuçta, video kamera ile öğrenim gören grubun sözel olarak öğrenim gören gruptan daha başarılı olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak videonun doğrudan öğrenme üzerinde etkisinin olmadığını gösteren çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin, Mahmud, Hyder, Butt and Aftab (2011) çalışmasında videoların 1.sınıf tıp fakültesi öğrencilerinin sınav performansları üzerine etkisi ve öğrencilerin videolar hakkındaki görüşleri incelenmiştir. Videolu ve videosuz eğitimlerin yapıldığı deneysel araştırma sonunda, videoların öğrencilerin sınav performanslarını artırmadığı görülmüştür. Fakat bu videoların öğrenci memnuniyeti, öğrenme esnekliği, ulaşılabilirlik ve bireysel öğrenme imkânı gibi olumlu katkıları ortaya çıkmıştır.

Videoların hem sınıf içi hem de sürekli öğrenmeler açısından oldukça önemli bir yer tuttuğu ve yapılan çalışmalardan olumlu sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Bu konuda bireysel ve kurumsal çapta eğitsel video hazırlama çalışmaları yoğunlaşmaktadır. Hatta Türkiye Ulusal Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) öğretim üyelerinin video hazırlama çalışmalarına yönelik özel bir destek programı başlatmış olması bu atılımın önemli bir göstergesidir. Ancak videoların etkili olabilmesi için video tasarımının ve eğitimsel mesajın sunum biçimi ve içeriğinin uygun olmasına ihtiyaç vardır (Azer, AlGrain, AlKheiaif and AlEshaiwi, 2013). Birçok genel mesaj tasarımı ilkesi, uygun video tasarımlarının yapılmasına katkıda bulunabilir.

Mesaj tasarımı ilkeleri, bir materyalde yer alan öğelerin (resim ses video vb.) öğrenme açısından tutarlı hale getirilmesini sağlayan(Wang and Shen, 2011), öğrenme sürecini kolaylaştıran ve etkili hale getiren(Mayer, 2001) ilkeler şeklinde tanımlanabilir. Videoların da içinde bulunduğu dijital materyallerde yer alan mesajların kullanıcılar doğru ve etkili şekilde ulaştırılabilmesi ve anlamlı öğrenmeler gerçekleştirilebilmesi için mesaj tasarımı ilkelerine uygun olması gerekmektedir(Topal ve Alkan, 2010). Çünkü mesaj tasarımı ilkeleri, bir mesajın kullanıcıya en etkili şekilde ulaşmasını ve öğrenmenin gerçekleştirilmesini sağlayan ilkeler olarak bilinmektedir.

Mesaj tasarımı yapılırken anlamlı öğrenmeyi destekleyen mesajlar tasarlamak, öğretim tasarımcıları için önemli görevlerden biridir. Eğitim-öğretim ortamlarında anlamlı bir öğrenme sağlanabilmesi için kullanılan materyalde yer alan mesajların iyi organize edilmesi(Wang and Shen, 2011) ve pek çok duyuya hitap edecek şekilde hazırlanmasına özen gösterilir. Çünkü öğretimde kullanılan materyaller, ne kadar çok duyuya hitap ediyor ve mesaj tasarımına önem veriyorsa, motivasyonu ve dolayısıyla öğrenmeyi o kadar olumlu etkilemektedir(Teng, Bonk, Bonk, Lin and Michko, 2009). Bu nedenle eğitim ortamlarında bu özellikleri içeren video materyallere yer verilmesinin öğrenme ve motivasyon açısından oldukça önemli olduğu düşünülmektedir(Schreiber, Fukuta and Gordon, 2010).

Videolar, günümüzde hem sınıf içi hem de sürekli öğrenmeler açısından oldukça önemli bir yer tutmakta ve giderek daha çok kullanılmaktadır. Videoların, daha etkili biçimde tasarlanması için uygulamaya dayalı tasarım önerilerine ihtiyaç vardır. Eğitsel videoların tasarımında içerisinde kullanılan görseller, videonun süresi, çekim kalitesi, anlatım tekniği gibi birçok tasarım unsuru bulunmaktadır. Bu unsurlardan biri de videoda anlatım yapan kişidir. Video materyali bir iletişim ortamı olarak düşünüldüğünde mesajın kaynağına ilişkin algı, mesajın anlaşılmasında önemli rol oynar(Gülmez, 2011). Bu çalışma eğitsel videolarda konu anlatımının farklı kişiler tarafından yapılmasına odaklanmıştır. Çünkü sunumu yapan kişinin önemi, özellikle reklamcılığa yönelik pek çok çalışmada yer almasına rağmen, bu konuya eğitsel videolar ile ilgili yapılan çalışmalarda pek rastlanmamıştır. Hâlbuki öğreticiye ilişkin algının ikna etme gücü açısından önemli olduğu ve kişilerin tutum ve davranışlarını etkilediği yapılan çalışmalarda görülmektedir(Lafferty, Goldsmith and Newell, 2002; Biswas, Biswas and Das, 2006).

Konu anlatımı yapan kişinin öğrenme ve dikkat çekmede etkisi olduğu bilinmektedir(Fleming and Levie, 1993). Ancak bu etkinin eğitsel video bağlamında uygulamalı olarak incelenmesi, video tasarımına yönelik somut çıktılar üretilmesi açısından önemlidir. Çalışmadan çıkacak olan tasarım önerileri uzaktan eğitim gibi yoğun video geliştiren kurumlar başta olmak üzere tüm eğitsel video tasarımlarına ışık tutacaktır.

Bu çalışmanın amacı, videolarda konu anlatımı yapan kişinin kimliğinin katılımcıların öğrenme ve beğeni düzeyine etkisinin incelenmesidir. Bu amaçla çalışma kapsamında hazırlanan videoların, katılımcıların öğrenme düzeyine etkisi ve materyallere ilişkin değerlendirmeleri incelenmiştir. Bu çalışma kapsamında ele alınan araştırma soruları aşağıdaki gibidir;

1. Bir videoda yer alan konuyu anlatan kişinin kimliğinin (Uzman, öğretmen, spiker) katılımcıların öğrenme düzeyine etkisi nedir?
2. Bir videoda konuyu anlatan kişinin kimliğinin (Uzman, öğretmen, spiker)katılımcıların beğeni düzeyine etkisi nedir?

Yöntem

Araştırma Deseni

Bu deneysel araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden rastgele sonest karşılaştırmalı grup deseni tercih edilmiştir. Yapılan çalışmalarda kontrol gruplarından ziyade karşılaştırmaları grupların daha çok tercih edildiği bilinmektedir. Çünkü bir karşılaştırmalı tasarımda iki veya daha fazla bağımsız değişken ve iki veya daha fazla grup kullanılabilir. Bu araştırmada bir uzman bir öğretmen ve bir spikerin el hijyeni konusunu anlattığı üç farklı videolu öğrenme ortamı kullanılmıştır. Bu desen çerçevesinde rastgele seçilen üç grup katılımcının videolar izlendikten sonra öğrenme düzeylerini karşılaştırmak için sonest yapılmıştır. Çalışmada ayrıca videoda konu anlatımı yapan kişinin kimliğinin katılımcıların beğeni düzeyine yönelik değerlendirmelerini inceleyen video beğeni anketi uygulanmıştır.

Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu bir ilkokulda görev yapan 24 kişi oluşturmaktadır, Yaşları 25-50 arasında değişen çalışma grubu, 40 öğretmen arasından gönüllülük esasına göre seçilmiştir. Çalışma grubundaki katılımcılar rastgele şekilde 3 gruba ayrılmıştır.

Veri toplama araçları

Çalışmada veri toplama aracı olarak başarı testi ve video beğeni anketi kullanılmıştır. Bu başarı testi, katılımcıların el hijyeni konusundaki öğrenme düzeylerini ölçmek amacıyla konu alanı uzmanı tarafından hazırlanmıştır. Videonun konu hedefleriyle uyumluluğu bir öğretici ile gözden geçirildikten sonra Türkçe dil uzmanının kontrolüne sunulmuş ve gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

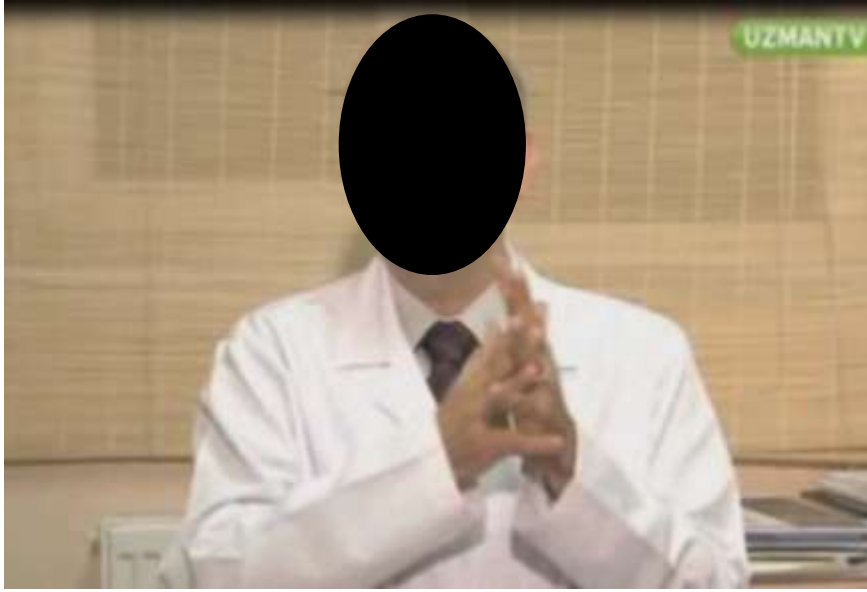
Çalışmada kullanılan bir diğer veri toplama aracı ise video beğeni anketidir. Bu anket ile katılımcıların videolarda konu anlatımı yapan kişinin kimliğine yönelik değerlendirmeleri hakkında veri toplanmıştır. Bu ankette bulunan maddeler, araştırmacı ve konu alanı uzmanı tarafından hazırlanmış ve Türkçe dil uzmanına kontrol ettirilerek son halini almıştır.

Geçerlik ve Güvenirlik

Veri toplama araçlarının geçerlik ve güvenirliliğinin sağlanması için veri toplama araçlarında yer alan maddelerin hedeflerle uyumluluğu uzmanlardan yardım alınarak düzenlenmiştir. Veri toplama araçlarında yer alan maddelerin yazım hatalarından arındırılması için de Türkçe dil uzmanından yardım alınmıştır. Bununla birlikte katılımcılar, gruplara yansız olarak seçilmiş ve katılımcılara veri toplama araçlarının doldurulması için eşit süre verilmiştir.

Materyal Hazırlama Süreci

Çalışmada el hijyeni konusu ile ilgili birbirine hemen hemen eş değer 3 video hazırlanmıştır. Bu videolardan biri, internetten hazır olarak elde edilmiş bir uzman videosudur. Uzman videosunda el hijyeni konusunda uzman olan bir kişinin konuyu açıklaması (Şekil 1.) vardır. İkinci videoda internetten alınan uzman videosunda yer alan metin ve görseller birebir alınarak öğretmenin, üçüncü videoda ise aynı metin ve görsellerle bir spikerin el hijyeni konusundaki açıklamalarına yer verilmiştir.



Şekil 1. Uzman Videosundan Alınan Bir Görüntü

Uygulama Süreci

Çalışmada kullanılan materyalde yer alan uzman, öğretmen ve spikerin aynı şekilde anlattığı el hijyeni konusunda hazırlanan videolar 8'er kişilik gruplara ayrılmış olan 24 katılımcıya aynı anda izletilmiştir. Daha sonra bu katılımcılara başarı testi ve video beğeni anketi uygulanarak veri toplanmıştır.

Tablo 1

Öğrenme Ortamı ve Deney Gruplarına Seçilen Katılımcı Sayıları

Ders İşleme Süreci	Grup	(f)
Uzman videosu	Deney Grubu	8
Öğretmen videosu	Deney Grubu	8
Spiker videosu	Deney Grubu	8

Veri analizi

Araştırma için hazırlanmış olan başarı testi ile toplanan veriler, nicel olarak analiz edilmiştir. Başarı testinden elde edilen sonuçların ortalama, standart sapma ve önem düzeyi SPSS programında Kruskal-Wallis testi kullanılarak tespit edilmiştir. Yapılan çalışmalarda ikiden fazla grup arasındaki farklılıkların karşılaştırıldığı istatistiksel teste tek yön varyans analizi (McMillan & Schumacher, 2010), bu analizin parametrik olmayan testlerde karşılığı olan teste ise Kruskal-Wallis varyans analizi adı verilmektedir (Baştürk, 2010). Bu çalışmada çalışma grubu kişi sayısı $n < 30$ olduğu için non-parametrik bir teste yer verilmiştir. Sonuçlar ise nicel olarak analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında hazırlanan video beğeni anketi, betimsel olarak analiz edilmiş ve katılımcıların maddelere verdikleri puanların standart sapma ve ortalama değerleri tespit edilmiştir.

Bulgular

Bu bölümde çalışmada kullanılan veri toplama araçlarından elde edilen bulgular üzerinde istatistikî işlemler yapılmış ve sonuçlar tablolarla desteklenerek verilmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgular araştırma soruları kapsamında aşağıda ele alınmıştır.

Bir videoda yer alan konuyu anlatan kişinin kimliğinin katılımcıların öğrenme düzeyine etkisi

Çalışma sonunda katılımcılara uzman öğretmen ve spiker olmak üzere üç farklı kişiden dinledikleri el hijyeni konusu ile ilgili başarı testi uygulanmıştır. Bu test çalışmada ikiden fazla grup olduğu için Kruskal-Wallis varyans analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2

Kruskal-Wallis Varyans Analizi Sonuçları

Gruplar	N	Ortalama
Uzman	8	16,50
Öğretmen	8	14,63
Spiker	8	6,38

Yapılan Kruskal-Wallis varyans analizi sonuçlarına göre, videoların sunuluş biçiminin katılımcı başarı ortalamaları açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Testin sonucunda gruplar arası farkın $p=0,009$ $p<0,05$ önem düzeyine göre anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, katılımcıların başarı testleri sonuçlarının birbirinden farklı olduğunu göstermektedir. Ortalamalar karşılaştırıldığında en yüksek ortalamanın öğretmen ve uzman videolarına ait olduğu, en düşük başarı ortalamasının ise spiker videosuna ait olduğu ortaya çıkmıştır.

Çalışmada ele alınan uzman, öğretmen ve spiker videoları arasındaki başarı ortalaması farkının tespit edilmesi için gruplar ikili olarak karşılaştırılmıştır. Bu incelemenin yapılabilmesi için istatistiksel testlerden Mann-Whitney U testine yer verilmiştir. Bu karşılaştırmada ortaya çıkan sonuçlar aşağıdaki tablolarda izlenebilir.

Tablo 3

Öğretmen ve Spiker Videolarının Başarıya Yönelik Etkisinin Karşılaştırılması

Gruplar	N	Ortalama Farkı
Öğretmen	8	11,19
Spiker	8	5,81

Tablo 3. sonuçlarına göre öğretmen ve spiker videolarını izleyen katılımcıların başarıları arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmıştır ($p=0,023$). Katılımcıların aldıkları başarı ortalamaları incelendiğinde, öğretmen videosunu izleyen katılımcıların, spiker videosunu izleyen katılımcılara göre daha başarılı olduğu görülebilir.

Tablo 4

Uzman ve Öğretmen Videolarının Başarıya Yönelik Etkisinin Karşılaştırılması

Gruplar	N	Ortalama Farkı
Uzman	8	9,06
Öğretmen	8	7,94

Tablo 4.'de yer alan sonuçlar değerlendirildiğinde uzman ve öğretmen videolarını izleyen katılımcıların başarıları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır(p=0,683). Bu sonuç, uzman ve öğretmen videosunu izleyen katılımcıların başarıları puanlarının birbirine benzer olduğunu göstermektedir.

Tablo 5

Uzman ve Spiker Videolarının Başarıya Yönelik Etkisinin Karşılaştırılması

Gruplar	N	Ortalama Farkı
Uzman	8	11,94
Spiker	8	5,06

Tablo 5.'de yer alan sonuçlar değerlendirildiğinde uzman ve spiker videolarını izleyen katılımcıların başarıları arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu ortaya çıkmıştır(p=0,004). Başarı ortalamaları değerlendirildiğinde uzman videosunu izleyen katılımcıların spiker videosunu izleyenlere göre başarılarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Özetle; katılımcıların öğrenme düzeyinin en çok uzman ve öğretmenin anlattığı video ile arttığı görülmüştür. Spikerin anlattığı videodan ise diğer gruplardaki kadar iyi bir sonuç alınamamıştır. Sonuç olarak, el hijyeni konusunun anlatıldığı uzman ve öğretmen videolarının katılımcılar tarafından iyi anlaşıldığı ve öğrenme düzeyini artırdığı ortaya çıkmıştır. Spikerin anlattığı videonun ise katılımcıların öğrenme düzeyini önemli derecede artırmadığı görülmüştür.

Bir videoda konuyu anlatan kişinin kimliğine yönelik yapılan değerlendirmeler

Çalışma sonunda katılımcılara bir videoda konuyu anlatan kişinin kimliğine yönelik olarak video beğeni anketi uygulanmıştır. Uygulanan anket, katılımcılar tarafından doldurulmuş ve sonuçlar betimsel olarak analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Öncelikle uzman videosu izleyen katılımcıların maddelere verdikleri cevaplar analiz edilmiştir. Bu cevaplara ilişkin sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Tablo 6

Konuyu bir uzman videosundan izleyen katılımcıların maddelere verdikleri cevapların analizi

	N	Ortalama	s.s
El yıkama videosu konuya olan ilgi ve motivasyonumu artırdı	8	4,88	,354
Sağlık ile ilgili güncel konuların bu sunucu tarafından anlatılmasını etkili buldum	8	4,38	1,061
Videoyu izledikten sonra el hijyenime daha çok dikkat etmem gerektiğini düşündüm	8	4,38	1,061
Bu konuyu dinlerken sıkıldım	8	1,63	,744

Uzman videosunu izleyen katılımcıların maddelere verdikleri cevaplara bakıldığında en yüksek ortalamaların "El yıkama videosu, konuya olan ilgi ve motivasyonumu artırdı" maddesinin olduğu görülmüştür. Bununla birlikte diğer iki maddenin de ortalamalarının katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevapları arasında bulunduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca "Bu konuyu dinlerken sıkıldım" maddesinin en düşük

ortalamaya sahip madde olduğu da görülmektedir. Buradan hareketle katılımcıların el hijyeni konusunu bir uzmandan izlemelerinden olumlu olarak etkilendikleri ve videoyu izlerken sıkılmadıkları ortaya çıkmıştır.

İkinci olarak el hijyeni konusunu bir öğretmenden izleyen katılımcıların maddelere verdikleri cevaplar betimsel olarak analiz edilmiştir. Bu cevaplara ilişkin sonuçlar aşağıdaki gibidir;

Tablo 7

Konuyu bir öğretmen videosundan izleyen katılımcıların maddelere verdikleri cevapların analizi

	N	Ortalama	s.s
El yıkama videosu konuya olan ilgi ve motivasyonumu artırdı	8	4,13	,835
Sağlık ile ilgili güncel konuların bu sunucu tarafından anlatılmasını etkili buldum	8	3,38	,518
Videoyu izledikten sonra el hijyenime daha çok dikkat etmem gerektiğini düşündüm	8	4,25	,886
Bu konuyu dinlerken sıkıldım	8	1,75	,886

Öğretmen videosunu izleyen katılımcıların maddelere verdikleri cevaplara bakıldığında en yüksek ortalamanın “Videoyu izledikten sonra el hijyenime daha çok dikkat etmem gerektiğini düşündüm” maddesinin olduğu görülmüştür. Bununla birlikte 1 ve 2. maddelere verilen cevapların ortalamasının katılıyorum cevabına yakın olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca “Bu konuyu dinlerken sıkıldım” maddesinin en düşük ortalamaya sahip madde olduğu da görülmektedir. Buradan hareketle katılımcıların el hijyeni konusunu öğretmenden izlemelerinden kısmen de olsa olumlu olarak etkilendikleri ve videoyu izlerken sıkılmadıkları ortaya çıkmıştır.

Son olarak bir spikerin anlattığı el hijyeni videosunu izleyen katılımcıların maddelere verdikleri cevaplar analiz edilmiştir. Bu cevaplara ilişkin sonuçlar aşağıdaki gibidir;

Tablo 8.

Konuyu bir spiker videosundan izleyen katılımcıların maddelere verdikleri cevapların analizi

	N	Ortalama	s.s
El yıkama videosu konuya olan ilgi ve motivasyonumu artırdı	8	4,63	,518
Sağlık ile ilgili güncel konuların bu sunucu tarafından anlatılmasını etkili buldum	8	3,50	,535
Videoyu izledikten sonra el hijyenime daha çok dikkat etmem gerektiğini düşündüm	8	4,50	,535
Bu konuyu dinlerken sıkıldım	8	1,63	,518

El hijyeni konusunu spikerin anlattığı videoyu izleyen katılımcıların maddelere verdikleri cevaplara bakıldığında en yüksek ortalamanın “El yıkama videosu konuya olan ilgi ve motivasyonumu artırdı” maddesinin olduğu görülmüştür. Bununla birlikte “Bu konuyu bir dinlerken sıkıldım” maddesinin en düşük ortalamaya sahip madde olduğu ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle katılımcıların el hijyeni konusunu spiker videosundan izlemelerinden olumlu olarak etkilendikleri ortaya çıkmıştır.

Yapılan video beğeni anketi sonuçları, videoları izleyen tüm katılımcıların verdikleri cevapların ortalamaları aşağıdaki tablodan detaylıca izlenebilir;

Tablo 9.

Uzman/Öğretmen/Spiker videolarına yönelik katılımcıların maddelere verdikleri cevapların analizi

	Uzman	Öğretmen	Spiker
El yıkama videosu konuya olan ilgi ve motivasyonumu artırdı	4,88	4,13	4,63
Sağlık ile ilgili güncel konuların bu sunucu tarafından anlatılmasını etkili buldum	4,38	3,38	3,50
Videoyu izledikten sonra el hijyenime daha çok dikkat etmem gerektiğini düşündüm.	4,38	4,25	4,50
Bu konuyu dinlerken sıkıldım.	1,63	1,75	1,63

Tablo 9. incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip maddenin uzman videosuna yönelik olarak yapılan “El yıkama videosu konuya olan ilgi ve motivasyonumu artırdı” maddesi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum, katılımcıların özellikle uzman videosunun ilgilerini çektiği ve onları öğrenmeye motive ettiğini göstermektedir. Anketin 2., 3. maddelerine bakıldığında ise genel olarak olumlu olarak değerlendirilen videoların uzman ve spiker videolarına ait olduğu göze çarpmaktadır. Tabloda en düşük ortalamaya sahip olan maddenin ise “Bu konuyu dinlerken sıkıldım” maddesi olduğu görülmüştür. Sonuçta; videoların üçünün de katılımcıların dikkatlerini çektiği ve motivasyonlarını olumlu olarak etkilediği ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte en yüksek ortalamaların uzman ve daha sonra spiker videolarına ait olduğu görülmüştür.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmanın amacı, videolarda konu anlatımı yapan kişinin kimliğinin katılımcıların öğrenme ve beğeni düzeyine etkisinin incelenmesidir. Bu amaçla çalışma kapsamında hazırlanan videoların, katılımcıların öğrenme düzeyine etkisi ve materyallere ilişkin değerlendirilmeleri incelenmiştir.

Çalışma sonucunda, öğrenme düzeyini uzman videosunun, spiker videosundan daha fazla artırdığı ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, mesaj tasarım ilkelerini anlatan kişinin konu alanı uzmanı olan biri olmasının kişileri olumlu olarak etkilediğinin bir göstergesi olabilir. Yapılan çalışmalara da bakıldığında mesaj tasarımı ilkelerine göre hazırlanmış bir materyalin bu ilkeler dikkate alınarak hazırlanmamış olanlara göre daha iyi sonuç verdiği görülmüştür(Wang, Hesar and Collyer, 2007; Sadoski, Goetz and Fritz, 1993; Mirjamaija, 2000). Bununla birlikte özellikle reklamcılık ile ilgili yapılan çalışmalarda, izleyicilerin güvenirliliği yüksek olan kaynaklardan düşük olanlara göre öğrenme, tutum, ikna olma açısından daha çok etkilendiği ortaya çıkmıştır(Gülmez, 2011; Lafferty, Goldsmith and Newell, 2002). Bu sonuç da, sunumu yapan kişinin güvenilir ve uzman bir kişi olmasının sunumun ikna ediciliğini artırdığının bir göstergesi olduğunu düşündürmektedir.

Çalışmanın sonucunda öğretmen videosunun da öğrenme üzerinde olumlu bir etki yaptığı görülmektedir. Bunun sebebi olarak; katılımcıların konu anlatma konusunda deneyimli olmaları gösterilebilir. Ayrıca konu anlatımı yapılan grubun öğretmen olması da bu videodan olumlu sonuç alınmasının sebebi olarak düşünülebilir. Çünkü kişiler,

kendilerine benzeyen kişilerden öğrenme eğilimindedirler(Gülmez. 2011). Çalışmanın katılımcı grubu, öğretmen olduğu için bu kişilerin öğretmen videosundan daha iyi öğrendiklerini düşünebiliriz.

Yapılan çalışma sonucunda videolarda konu anlatımı yapan kişinin konu alanı uzmanı olmasının, katılımcıların ilgi ve motivasyonlarını artırdığı ve bu katılımcıların videoya yönelik değerlendirmelerinin olumlu olduğu da görülmüştür. Literatüre bakıldığında da mesaj tasarım ilkelerinin ve öğrenmeyi destekleyici, motivasyonu artırıcı olarak algılandığı ve çalışmalarda kullanılmasının olumlu olarak değerlendirildiği tespit edilmiştir(Burbank and Pett, 2007). Bu durum da mesaj tasarım ilkelerini kullanmanın kişiler üzerinde olumlu etki bıraktığının bir göstergesi olabilir. Bununla birlikte sunumu yapan kişinin güvenilirliği yüksek bir uzman olmasının da kişilerin konuya olan tutum ve davranışlarında olumlu etki yaptığı görülmektedir(Freedman Sears and Carlsmith, 2003). Konu ile ilgili yapılan Lafferty, Goldsmith and Newell, (2002) çalışmasında reklamcılıkta sunum yapan kişinin güvenilirliğinin tutum üzerine etkisi incelenmiş ve sunum yapan kişinin güvenilirliğinin izleyicilerin ikna olmaya yönelik tutumlarını olumlu olarak etkilediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca Till and Busler, (2000)'de yaptıkları çalışmada, uzman olduğu bir konuda sunum yapan ünlü kişiden izlenen sunumun, uzman olmadığı bir konuda sunum yapan ünlü kişiden izlenen sunumdan daha etkili ve ikna edici olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırmalar genel olarak değerlendirildiğinde, güvenilirliği yüksek olan kaynakların düşük olanlara göre dikkat çekme ve hatırlamayı artırma konusunda daha etkili olduğunu göstermektedir(Gülmez, 2011). Bu bağlamda videolarda konu anlatan kişinin güvenilirliği yüksek bir uzman olmasına önem veren materyaller geliştirmenin öğrenme ve motivasyonu destekleyeceği söylenebilir(Lee and Bichard, 2006; Luchini, 2002; Fleming and Levie, 1993).

Sonuç olarak; konu anlatımı yapılan videolarda sunumu yapan kişinin uzman olmasının kişilerin öğrenme ve tutumlarını olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Bu şekilde hazırlanan sunumların dikkat çekme, motivasyonu artırma, öğrenmeyi kolaylaştırma gibi konularda ilerleme sağladığı da tespit edilmiştir. Özellikle videoyu anlatan kişinin öğretme konusunda deneyimli olması ve konu alanı uzmanı olmasının kişilerin öğrenmelerini artırdığı ortaya çıkmıştır. Bu noktadan hareketle, hazırlanacak olan videolarda sunumu yapan kişinin güvenilirliği yüksek bir konu alanı uzmanı olması ve çalışma grubunun özelliklerine uygun olarak tercih edilmesi önerilir.

Sonraki çalışmalarda daha geniş kitlelerle, videoların başka unsurlarının değerlendirildiği çalışmalar yapılabilir. Ayrıca farklı hedef kitlelerde sunucunun kimliğinin etkisi incelenebilir.

Kaynaklar

- Albanese, M. (2005). Coming to a medical school near you: full motion video medical education. *Medical education*, 39(11), 1081-1082.
- Azer, S. A., AlGrain, H. A., AlKhelaif, R. A., & AlEshaiwi, S. M. (2013). Evaluation of the Educational Value of YouTube Videos About Physical Examination of the Cardiovascular and Respiratory Systems. *Journal of medical Internet research*, 15(11).
- Baştürk, R. (2010). *Bütün yönleriyle SPSS örnekli nonparametrik istatistiksel yöntemler*. Anı Yayıncılık.
- Biswas, D., Biswas, A., & Das, N. (2006). The differential effects of celebrity and expert endorsements on consumer risk perceptions. The role of consumer knowledge,

- perceived congruency, and product technology orientation. *Journal of Advertising*, 35(2), 17-31.
- Burbank, L., Pett, D. (2007). Designing printed instructional materials. *Performance and Instruction Journal*. DOI: 10.1002/pfi.4150250804.
- Çeken., R, Tezcan., R. (2011).Fiziksel ve Kimyasal Değişmelerin Video Gösterimi Ve Tartışma Yöntemi İle Öğretilmesinin Yedinci Sınıf Öğrencilerinin Başarı Düzeyine Etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19(1).
- De Leng, B. A., Dolmans, D. H., Van de Wiel, M. W., Muijtjens, A. M. M., Van Der Vleuten, C. P. (2007). How video cases should be used as authentic stimuli in problem-based medical education. *Medical Education*, 41(2), 181-188.
- Doğan, A., Pirselimoglu, E. (2003). Hentbol Temel Teknik Öğretiminde Video Kameralı Eğitim ile Sözel Eğitimin Karşılaştırılması, *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1).
- Freedman, J. L., Sears, D. O., & Carlsmith, J. M. (2003). *Sosyal Psikoloji* (4. Baskı) Ankara: İmge Kitabevi.
- Fleming, M. L., & Levie, W. H. (Eds.). (1993). *Instructional message design: Principles from the behavioral and cognitive sciences*. Educational Technology.
- Gülmez, E., (2011). *Reklamda Tanık Kullanımı*. (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Lafferty, B. A., Goldsmith, R. E., & Newell, S. J. (2002). The dual credibility model: The influence of corporate and endorser credibility on attitudes and purchase intentions. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1-12.
- Lee, M.J., Bichard, S.L. (2006). Effective message design targeting college students for the prevention of binge-drinking: Basing design on rebellious risk-taking tendency. *Health Communication*, 20(3), 299-308.
- Lohrmann, D. K. (2011). Thinking of a change: health education for the 2020 generation. *American Journal of Health Education*, 42(5), 258-269.
- Lovell, K., & Vignare, K. (2009). MSU Medical Colleges Blended Learning for First Year Science Courses: Uniting Pedagogy to Maximize Experience and Real World Limitations. *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 13(1), 55-63.
- Luchini, K., Bobrowsky, W., Curtis, M., Quintana, C. & Soloway, E. (2002). *Supporting learning in context: extending learner-centered design to the development of handheld educational software*. Proceedings of the 1st IEEE International Workshop on Wireless and Mobile Technologies in Education.
- Mayer, R. E. (2001). *Multimedia Learning*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Mahmud, W., Hyder, O., Butt, J., & Aftab, A. (2011). Dissection videos do not improve anatomy examination scores. *Anatomical Sciences Education*, 4(1), 16-21.
- McMillan, J.H. & Schumacher, S. (2010). *Research in education: evidence-based inquiry (7th Edition)*. New York: Pearson Publishing.
- MEB, 2005. 4-5. Sınıf İlköğretim Fen ve Teknoloji Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu. Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü.

- Sadoski, M., Goetz, E.T., Fritz, J.B. (1993). Impact of concreteness on comprehensibility, interest, and memory for text: Implications for dual coding theory and text design. *Journal of Educational Psychology*, 85(2), 291-304.
- Schreiber, B. E., Fukuta, J., & Gordon, F. (2010). Live lecture versus video podcast in undergraduate medical education: A randomised controlled trial. *BMC medical education*, 10(1), 68.
- Teng, Y. T., Bonk, C. J., Bonk, A., Lin, M. G. & Michko, G. M. (2009). *Create motivating YouTube videos: using dual coding theory and multimedia learning theory to investigate viewer perceptions.*
- Till, B. D., & Busler, M. (2000). The match-up hypothesis: Physical attractiveness, expertise, and the role of fit on brand attitude, purchase intent and brand beliefs. *Journal of advertising*, 29(3), 1-13.
- Topal, A. D., & Alkan, A. (2010). Mayer'in bilimsel ve matematiksel mesaj tasarım ilkelerine göre tasarlanmış öğrenme ortamının öğrenci başarısı üzerine etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 93-106.
- Yıldırım, N., & Özmen, B. (2012). Video Paylaşım Sitelerinin Eğitsel Amaçlı Kullanımı. *e-Journal of New World Sciences Academy (NWSA)*, 7(1).
- Vural., Ö.F, and Zellner., R., (2010). Using Concept Mapping in Video-Based Learning. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(3). 747 -757.
- Wang, M., Shen, R., (2011). Message design for mobile learning: Learning theories, human Cognition and design principles. *British Journal of Educational Technology*, 43 (4), 561-575.
- Wang, J.H., Hesar, S.G., Collyer, C.E. (2007). Adding graphics to dynamic message sign messages. *Transportation Research Record*. 20(18), 63-71.