



Social Sciences
ISSN: 1308 7444 (NWSASOS)
ID: 2016.11.4.3C0152

Status : Original Study
Received: June 2016
Accepted: October 2016

**Asiye Ata
Abdülkadir Atik**

Atatürk University, Erzurum-Turkey
asiye.ata@atauni.edu.tr, kadiratik@atauni.edu.tr

<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2016.11.4.3C0152>

ALTERNATİF BİR EĞİTİM-ÖĞRETİM ORTAMI OLARAK VIDEO PAYLAŞIM SİTELERİ: ÜNİVERSİTELERDEKİ YOUTUBE UYGULAMALARI

ÖZ

Günümüzün en güçlü yönelimlerinden biri olan yeni medya, geleneksel yaşamın her alanını formatlayıp kendine uyarlayarak gelişimini sürdürmektedir. Yeni medyanın çekim alanına en fazla giren kurumsal yapılardan biri de kaçınılmaz olarak eğitimidir. Yeni medya, özellikle popüler video uygulamalarıyla kurumsal eğitimin temel ilke ve kalıplarını zorlamakta ve kendiliğinden alternatif bir eğitim alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Erişim alanı, ekonomik yapısı, sağladığı kolaylıklar ve eğitsel açıdan son derece farklı uygulamalara olanak tanıyan çok katmanlı özellikleri bu alanı cazip bir eğitsel ortama dönüştürebilmektedir. Bu çalışmanın amacı video paylaşım siteleri üzerinden eğitimin nasıl organize edildiği ve e-öğrenmede kullanılan video derslerin dünyanın önde gelen üniversitelerinde nasıl bir işleve sahip olduğunun analiz edilmesidir. Çalışmada "Academic Ranking of World Universities" (ARWU)'a göre belirlenen dünyanın en iyi 500 üniversitesi arasında ilk beşte yer alan üniversitelerin resmi video paylaşım siteleri incelenerek, kurumsal eğitimin yanı sıra nasıl bir alternatif eğitim ortamı oluşturduğu değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Eğitsel Video, Video Paylaşım Sitesi, Youtube, Eğitim Teknolojisi, E-Öğrenme

VIDEO-SHARING WEBSITES AS AN ALTERNATIVE EDUCATIONAL ENVIRONMENT: YOUTUBE PRACTICES IN UNIVERSITIES

ABSTRACT

New media, which is one of today's strongest trends, continues its development by reformatting and adapting each area of traditional life to itself. Surely, education is one of the institutional structures entering the sphere of influence of new media most. Especially with popular video applications, new media challenges the basic principles and patterns of institutional education and stands as an alternative educational environment. It's easy-to-access nature, economical quality, and multi-layered features allowing a great variety of educational practices as well as the conveniences it offers make it attractive. The purpose of this study is to analyze how education is organized over video-sharing websites and what kind of a function video lessons used in e-learning have in the leading universities of the world. To this end, the official video-sharing websites of the top five universities among the top 500 universities declared by "Academic Ranking of World Universities" (ARWU) are examined to evaluate how an alternative educational environment is created by these institutions, which also continue to offer institutional education.

Keywords: Educational Video, Video-Sharing Website, Youtube, Educational Technology, E-Learning

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Geride bıraktığımız yüzyılın en belirleyici yönlerinden birini oluşturan kitlesel üretim tarzı, bugün artık geleneksel, klasik veya konvansiyonel medya olarak tanımlanan kitle iletişim araçlarıyla zirveye ulaşmıştır. On dokuzuncu yüzyılda önce telgrafın, hemen ardından, tek merkezden üretilen mesajların, anında geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan radyonun ve nihayetinde televizyonun ortaya çıkmasıyla basılı kültür yerini elektronik kültür sürecine bırakmıştır (Baldini, 2000:87). Bu süreçte televizyon başta olmak üzere sinema, fotoğraf, video, bilgisayar ve mobil teknolojiler gibi görsel dile göre yapılan ortamlar, kültürel alanın yavaş yavaş 'imge merkezli' yeni bir kültürel çevreye dönüşme sürecini hızlandırmıştır. Yaşadığımız dönemde ise dijital teknolojilerle birlikte imgelerin; çok daha güçlü, zengin ve belirleyici görsel kodlar olarak etki alanını ve ağırlığını genişlettiği görülmektedir (Çakır, 2014:14). Dijital imgeler yeni medyanın kendi dilini ve yapısını oluşturmada öncü rolünü üstlenmektedir. İlk evresinde klasik metinlerin ufak tefek uyarlamalarla aynen kullanıldığı yeni medya, zamanla kendi formunu oluşturmaya başlamıştır.

Görsel merkezli işitsel, yazılı materyalin harmanlandığı, üretenin ve tüketenin ortaklığında, klasik üretim tarzının sınırlılıklarından bağımsız olarak, sonsuz oranda ve çeşitlilikte yeniden üretilen ve hiçbir zaman son halini almayan mesajlar, yeni medyanın artık bir alternatif medya olmaktan çıkıp; kendi dili ve işleyişini oluşturan ve geleneksel form ve uygulamaları değişime zorlamaya başlayan bir noktaya geldiğini göstermektedir. Klasik medya formları içinde videonun, diğer formlara göre bu yeni ortama çok çabuk ayak uydurduğu ve uyarlandığı söylenebilir. Yeni medyanın beklentilerine denk düşen görsel, işitsel ve yazılı materyali bir arada kullanma avantajıyla videonun bu ortamda eğitimden, sosyal etkileşime, tanıtımdan eğlenceye kadar kullanım alanının ve pratiklerinin genişlediği görülmektedir. Hiç olmadığı kadar daha fazla bilgiye, daha kolay erişime ve daha özgürce hareket etmeye olanak sağlayan (Briggs ve Burke, 2011:289) yeni medyada videonun yaygın kullanım alanlarından biri de eğitimidir. Bu kapsamda oluşturulan videolar, eğitsel amaca ulaşmayı kolaylaştıracak hem bir araç, hem de başlı başına müstakil bir eğitim-öğretim ortamı olarak işlev görmektedir. E-öğrenmede kullanılan video derslerin dünyanın önde gelen üniversitelerinde nasıl bir işleve sahip olduğunun incelendiği bu çalışma 'video paylaşım siteleri üzerinden eğitimin nasıl organize edildiği' sorunsalı üzerinden sistematize edilmektedir.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Yeni medyanın en popüler formlarından biri olan video, paylaşım siteleri aracılığıyla, var olan eğitime bir alternatif olmanın bir adım ötesine geçerek geleneksel eğitim paradigmalarını zorlamaya başlamıştır. Eğitim-öğretim hedeflerini güncel gelişmelere göre uzun vadeli stratejiler üzerine kuran üniversitelerin yeni medyanın fırsatlarından yararlanmak amacıyla e-öğrenme sürecine çabuk uyum sağladığı görülmektedir. Var olan uygulamalara bakıldığında eğitsel videoların yakın gelecekte e-öğrenmede merkezi bir işlev üstleneceği rahatlıkla öngörülebilir. Dünyanın en iyi üniversitelerinin e-öğrenime uyum sağlama konusunda sosyal paylaşım ağlarından nasıl yararlandığı ve bu kapsamda eğitsel videoların nasıl bir işleve sahip olduğunun anlaşılması, geleceğin eğitim sisteminin hangi ilkeler üzerine inşa edileceği noktasında önemli bir paya sahiptir. Dijital teknolojiler, her alanda olduğu gibi kitap merkezli, geleneksel yüz yüze eğitim sisteminin de klasik ilke ve pratiklerini değişime zorlamaktadır. Bu

koşullarda hem 'eğitsel araçlar'ın hem de 'içerik'in çağın gereklerine cevap verebilecek şekilde yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Öte yandan öğreten, öğrenen ve öğretim materyali-ortam biçiminde üç sacayağından oluşan eğitim-öğretim sürecinde, öğrenen kısmında yer alan yeni neslin dijital teknolojilere olan ilgisi ve yatkınlığı da hesaba katılması gereken önemli bir eğilimdir.

3. ANAKONU-MEVZUU (SUBJECT)

3.1. Eğitsel Bir Materyal ve Ortam Olarak Video

(Video as Media and An Educational Material)

Görsel-işitsel bir kitle iletişim formu (Armes, 1995:59) olarak video; Latince 'görmek' fiiliyle aynı kökten gelmekte ve 'görüş' (vision) ve 'görünür olma' (visible) gibi anlamları içermektedir (Ong, 2014:100). Sesi, hareketi ve görüntüyü bir arada sunan teknik uygulamalar olarak kendini gösteren videonun gelişiminde, kaydedilen içerikten çok işin teknik yönünü ifade eden biçimsel gelişmeler etkili olmuştur. Özellikle kayıt ve gösterim ortamı ve teknolojilerindeki gelişmelere göre video uygulamaları farklılaşarak günümüze kadar ulaşmıştır. Teknolojinin sağladığı avantajlarla profesyonel bir uğraş olmanın ötesine geçen video; televizyonda, webde veya mobil cihazlarda yayımlanmak üzere, son derece değişik amaçlarla çekilen ve paylaşılan popüler bir ilgi alanına dönüşmüştür. Sosyal etkileşimden tanıtıma, enformasyondan eğlenceye kadar yaşamın her alanında görülen video uygulamalarının etkin olarak kullanıldığı ortamlardan biri de eğitimdir.

Görme duyusunun öğrenmedeki önemi, 'görsel' materyalin eğitim-öğretimin önemli bir parçası haline gelmesini sağlamıştır. Edgar Dale'nin Öğrenme Konisi'nde görme, %83'lük bir oranla öğrenmede başat role sahiptir. Bunu %11 ile duyma takip etmektedir (Akt: Gür, 2009:60). Günümüzde ise bireysel ve toplumsal hayatı kuşatan görsel medya sayesinde özellikle çocuklar ve gençler arasında görme merkezli öğrenme çok daha belirgin hale gelmiştir. Eğitim uzmanları özellikle çocuk ve gençlerde söze ve yazıya dayalı anlatımın yetersiz kaldığını, dikkatin ancak görsellerle toplanabildiğini ve öğrenmenin görselsiz düşünülemeyecek bir uğraşa dönüştüğünün altını çizmektedir (Çakır, 2014:108-109). Bu koşullarda video hareketi, sesi ve görüntüyü bir arada sunabilme niteliğiyle özellikle e-öğrenme ve uzaktan eğitimde son derece elverişli bir eğitsel materyale dönüşmektedir. Video, eğitimciye sonsuz şekillerde işlenebilen ve modellenen esnek bir ortam sunmaktadır (Armes, 1995:56).

Görüntüleri parçalayıp, aralara farklı simgeler yerleştirerek, eğitsel amaçlara uygun bir stratejiyle yeniden bir araya getirebilme olanağı videoyu "insan algısına meydan okuyan ve onu eğiten görüntüler bütünü"ne dönüştürebilmektedir (Turim, 1995:104). Bijns vd. (2004:9) ise videonun erişim, seçim ve denetim bakımından etkili bir eğitsel araç olduğuna vurgu yapmaktadır. Erişim olarak video özellikle yeni medya ve mobil uygulamalar sayesinde zaman ve mekândan bağımsız olarak her zaman ve her yerde ulaşılabilir bir konumdur. Seçim unsuru, ilgi ve beklentiye uygun olan materyale ulaşabilme esnekliğine ve denetim ise izleyicinin video üzerindeki; başlatma, durdurma, tekrar, saklama gibi mutlak hakimiyetine vurgu yapmaktadır. Halls (2012:9) ise yaptığı genel değerlendirmede videonun izleyiciye daha iyi bir gösteri sunduğu, öğrenmeyi zenginleştiren resim becerisine sahip olduğu, uzmanlara düzenli erişimi sağladığı ve bilginin dağıtımında tutarlılık ve dengeyi sağladığı konularına değinmektedir. Video, sosyal etkileşimi geliştirmek ve öğrenmeyi pekiştirmek isteyen işyeri, öğrenme uzmanları ve organizasyonlar için sonsuz olanaklar sunabilmektedir.

3.2. Video Paylaşım Siteleri ve Eğitsel Videolar (Video-Sharing Websites and Educational Videos)

Son derece farklı formatlarla hazırlanan eğitsel videolara, başta sosyal ağlar olmak üzere yeni medyada her yerde rastlamak mümkündür. Bu videoların bir bölümünün yardımcı ders materyali olarak hazırlandığı görülürken diğer bir bölümünün de herhangi bir konunun tamamının ele alındığı, temel bir eğitim-öğretim yöntem ve ortamına dönüştürüldüğü dikkati çekmektedir. Bunun yanı sıra bir eğitsel amaç gözetilmeden hazırlanan ve paylaşılan herhangi bir video da eğitsel bir materyale dönüştürülebilmektedir. Televizyon ekranına yönelik kasetlerle başlayıp CD, DVD formatlarında devam eden ve güncel olarak da bilgisayar ve mobil uygulamalara yönelik web tabanlı dijital teknolojiye uyarlanan videolar oldukça geniş bir kullanım alanına sahiptir. Halls (2012:9) videonun eğitsel amaçlarla kullanıldığını alanları şu şekilde sınıflandırmaktadır:

- Sınıf eğitimi: Bir sınıfta kullanılabilir.
- E-öğrenme: Bir ağ bağlantısının olduğu, her yere götürebileceğiniz çevrimiçi modüllerden bir bölümüyle kullanılabilir.
- Sosyal medya öğrenimi: Bir dağıtım yöntemidir ve ayrıca bilgi yönetimini geliştirmek ve paylaşmak için kullanıcıların geliştirebildiği bir yoldur.
- Mobil öğrenme: Cep telefonunda ya da tablette öğrenme alanı olarak kullanılabilir.

Eğitim-öğretim için son derece avantajlı fırsatlar sunan yeni medya, beraberinde videonun ideal bir eğitsel materyal ve ortama dönüşmesinin de yolunu açmıştır. Özellikle sosyal ağlar, eğitsel video uygulamalarını bambaşka bir boyuta taşımıştır. Sınırlı bir sistem içerisinde kullanıcı bilgilerinin diğer kullanıcılara kısmen açık olduğu ve kullanıcılar arasında her türlü verinin paylaşılabildiği web tabanlı hizmetler olarak tanımlanabilecek sosyal ağlar (Alper, 2012:107) e-öğrenme açısından son derece elverişli bir eğitsel ortam oluşturmaktadır (Bijnens vd., 2004:5). İnternet; özellikle erişim ve paylaşım noktasında sağladığı kolaylıklar, çevrimiçi videoları izlemek için kullanıcılara vadettiği motivasyon ve yüksek çözünürlüklü kaliteli video yayınları bakımından son derece ideal bir ortam sunmaktadır. Üstelik video paylaşım siteleri bu hizmetlerini genellikle bedava veya çok ucuz ücretlerle verebilmektedir (Özel, 2015:22-23).

Kısaca denilebilir ki yeni medya insanlara; ister televizyon ekranı, ister sinema salonu veya bilgisayar monitörü olsun herhangi bir kitle iletişim aracı için hazırlanan videoları sınırsız değerlendirebilme olanağı sağlamaktadır. Bu yüzden web üzerinde yayınlanacak bir ders videosunun masaüstü ve dizüstü bilgisayarlarda, tablet veya cep telefonlarında ya da mevcut her türlü dijital platformda izlenebilecek şekilde tasarlanması gerekmektedir (Halls, 2012:30). Yeni medyada genel kullanıma açık Youtube, Dailymotion, Google Video, Vimeo, Periscope gibi sosyal ağların yanı sıra başta üniversiteler olmak üzere eğitim kuruluşlarının oluşturduğu kitlesel çevrimiçi ağlar, eğitsel video tabanlı web ortamları olarak kendini göstermektedir. Türkiye’de sadece eğitim videoları yayımlayan Eğitim Bilişim Ağı (EBA), Uzman TV, Vitamin Öğretmen gibi web uygulamaları da yaygın video paylaşım siteleri olarak varlık sürdürmektedir. Sosyal video paylaşım ağları arasında ilk ve en popüler olan uygulama film, televizyon programları, müzik klipleri, amatör video kayıtlarıyla geniş bir video paylaşım platformu olan Youtube’tur (Alper, 2012:107). Şubat 2005’te üç eski PayPal çalışanı tarafından kurulan Youtube, web üzerinden video paylaşımı konusunda liderliğini ve popüleritesini

sürdürmektedir. Kasım 2006'dan bu yana Google'un özerk bir parçası olarak hizmet veren Youtube, kullanıcılarının video yükleyebildiği ve izleyebildiği en popüler paylaşım sitesi olmuştur. Ağda; videoların kaç kez izlendiği, beğenilme sayısı, yorumlar vs gibi kullanıcıların sürece çok daha aktif katılımının sağlanmasına yönelik uygulamalara da yer verilmektedir (Ying, 2007:15-28). Youtube'un amaçlarından biri de akademik ihtiyaçların karşılanmasına olanak sağlamak şeklinde ifade edilmektedir (Alper, 2012:115). Kullanıcıların; eğlence, etkileşim, paylaşım gibi ihtiyaçlarının yanı sıra eğitsel beklentilerini karşılamak amacıyla EDU uygulaması devreye sokulmuştur. Youtube'un bu kanalı pek çok eğitim kurumunun resmi video paylaşım ağı olarak hizmet vermektedir.

3.3. Üniversitelerin Video Paylaşım Sitelerindeki Eğitsel Video Uygulamaları (Educational Video Practices in Video-Sharing Websites of Universities)

Üniversitelerin alternatif eğitim-öğretim ortamı olarak video paylaşım sitelerini kullanma biçimlerinin incelendiği bu çalışmada 'dünyadaki en iyi beş üniversite'deki eğitsel video uygulamaları ele alınmaktadır. En iyi beş üniversitenin belirlenmesinde ARWU olarak bilinen Çin'deki Jiao Tong Üniversitesi'nin yaptığı Dünya Üniversiteleri Akademik Sıralaması (Academic Ranking of World Universities) baz alınmıştır. CWTS Leiden Ranking (Hollanda), University Ranking by Academic Performance (Türkiye-ODTÜ), The Times Higher Education (ABD), Center for World University Rankings (Suudi Arabistan) gibi küresel ölçekli pek çok 'en iyi üniversite araştırması' arasından ARWU'nun tercih edilmesinde ise; YÖK'ün denklik şartları arasında yer alan 'ilk 1000 üniversite içinde yer alma' vurgusu ve arama motorlarındaki yoğunluk gibi ölçütler göz önünde bulundurulmuştur¹. Bu çalışmada dünyadaki üniversitelerin ilk çok amaçlı sıralaması olarak da bilenen ARWU²nun 2015 yılı sıralamasında ilk beşte yer alan; Harvard Üniversitesi (ABD), Stanford Üniversitesi (ABD), MIT-Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (ABD), California Üniversitesi (ABD) ve Cambridge Üniversitesi (İngiltere)'in video paylaşım uygulamaları incelenmiştir. Tarama yönteminin kullanıldığı çalışmada inceleme; üniversitelerin web üzerinden gerçekleştirdikleri medya uygulamaları, video uygulamaları, resmi video paylaşım kanalları ve bu kanallardaki eğitsel video uygulamaları gibi olguların hem kendi içinde analiz edilmesi hem de bu olgular arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi biçiminde gerçekleştirilmiştir. Verilerin sürekli güncellendiği sosyal paylaşım sitelerindeki inceleme kapsamında yer

¹Yükseköğretim Genel Kurulunun 16.06.2016 tarihli toplantısında; 20 Şubat 2016 tarih ve 29630 Sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan "Yurtdışı Yükseköğretim Diplomaları Tanıma ve Denklik Yönetmeliği'nin dördüncü maddesi beşinci fıkrası kapsamında ortaöğrenimlerini Türkiye'de tamamlayan ve yükseköğrenime başlanılan yıl Yükseköğretim Kurulu tarafından belirlenmiş olan sıralama kuruluşlarınca yapılan dünya üniversite sıralamalarının Yükseköğretim Kurulu tarafından belirlenen dilimindeki üniversitelerden mezun olanlardan birinci fıkranın (a) bendindeki YGS/LYS veya muadil sınavlardan alınmış puan koşulu istenmez hükmünü havidir. Bu sıralandırma kuruluşları Academic Ranking of World Universities (ARWU), CWTS Leiden Ranking Academic Ranking, QS World University Rankings, Times Higher Education (THE) World University Ranking, University Ranking by Academic Performance (URAP) olarak belirlenmiş olup belirlenen dilimlerin ise Kurulumuzca tanınan ilk 1000 sıradaki yükseköğretim kurumları olmasına karar verilmiştir. <http://www.yok.gov.tr/web/denklikbirimi/anasayfa>.

²ARWU, en iyi 500 üniversitesi sıralamasında şu ölçütleri kullanmaktadır: Mezunlar tarafından kazanılmış olan Nobel ödülleri ve Fields madalyaları, değişik alanlarda yüksek sayıda atıf alan bilim insanları, Nature ve Science dergilerinde basılan makale sayıları, SCI ve SSCI tarafından endekslenen dergilerde basılan makale sayıları. (shanghairanking.com).

alan; video sayıları, kullanıcı sayısı ve tıklanma sayısı gibi rakamlar 27 Temmuz 2016 tarihi için geçerlidir.

3.3.1. Harvard Üniversitesi (Harvard University)

Harvard Üniversitesi, Amerika Birleşik Devletleri'nin Massachusetts eyaletinin Boston şehrinde bulunan özel bir yükseköğretim kurumudur. 1636 yılında kurulan Harvard Üniversitesi, ABD'nin en eski yükseköğretim kurumudur. Yaklaşık 2400 öğretim üyesi ve üniversiteye bağlı eğitim hastanelerinde çalışan 10 bin 400 akademisyeni bulunmaktadır. Üniversiteye bağlı Harvard Koleji'ne kayıtlı yaklaşık 6700 öğrenciyle birlikte lisans, yüksek lisans ve özel öğrencilerin toplam sayısı yaklaşık 21 bindir (harvard.edu).

3.3.1.1. Medya Uygulamaları (Practices of Media)

Harvard Üniversitesi resmi web sayfasında görsel, işitsel, multimedia uygulamalarına genişçe yer verildiği görülmektedir. Sitede yer alan e-gazete, ses ve video dosyaları ve linkleri; yönlendirici, açıklayıcı, tanıtıcı uygulamalar olarak kendini göstermektedir. Anasayfadaki 'multimedia' başlığı altında "Harvard'da yaşam her gün video, ses ve fotoğraf seçimiyle yakalanır" sloganı da katılımı özendirici uygulamalar olarak göze çarpmaktadır (harvard.edu). Üniversitede multimedia uygulamalarını yürütmek amacıyla kurulmuş olan Instructional Media Services (Öğretimsel Medya Hizmetleri) hizmet vermektedir. Bu kuruluş faaliyet alanına göre Medya ve Teknoloji Hizmetleri (Media&Technology Services) ve Medya Üretim Merkezi (Media Production Center-MPC) şeklinde iki farklı birim şeklinde yapılandırılmıştır. Media&Technology Services'i internet üzerinden yürütülen faaliyetleri organize ederken, Media Production Center ise daha çok dijital ortamda değerlendirilecek eğitsel materyalleri hazırlamaktadır (harvard.edu).

3.3.1.2. Eğitsel Video Uygulamaları (Practices of Educational Video)

Üniversitenin resmi web sayfasında haber, duyuru, tanıtım, yönlendirme gibi hemen her alanda görsel-işitsel uygulamalardan yararlanıldığı görülmektedir. Tamamen ders içerikli eğitsel videoların yanı sıra öğrenci ve öğretim elemanlarını yönlendirmeye dönük videolara da sitede yeterince rastlanabilmektedir. Sitede 'media' başlığı altında yer alan videolar daha çok haber, etkileşim ve paylaşım gibi amaçlara yönelikken eğitsel amaçlı videolar 'sosyal medya rehberi' başlığı altında toplanmaktadır. Üniversite genel kullanıma açık Facebook, Instagram, SoundCloud, Youtube, Google+, LinkedIn, Twitter gibi sosyal medya ortamlarını resmi web sayfası olarak göstermekte ve kullanıcıları yönlendirmektedir. Harvard Üniversitesi'nin eğitsel video paylaşımları, genellikle Youtube üzerinden yürütülmektedir. Kullanıcılar Youtube'daki videolara ulaşabilmek için anasayfadaki ikonlardan 'video' ikonuna ya da 'media' başlığındaki 'Youtube' ikonuna tıklayarak doğrudan bu kanala ulaşabilmektedir. Harvard Üniversitesi'nin Youtube'un kurulduğu yıl olan 2005'ten bu yana resmi video paylaşım sitesi olarak Youtube'u tercih ettiği görülmektedir. Üniversitenin Youtube resmi kanalındaki abone sayısı 312 bin 885'tir. Kanalda spesifik alanlara dair ders videoları olduğu gibi genel öğrenmeye ve hayata dair her türlü videoya rastlamak mümkün olabilmektedir. Yüzlerce eğitsel videonun yer aldığı kanalda kullanıcıları doğru yönlendirebilmek amacıyla videolar belli kategoriler altında sınıflandırılmış biçimde sunulmaktadır. 'Student farewells-Harvard 360° Video Experience' başlığı altında 5 video yer

almaktadır. Bu videolar Harvard Üniversitesi'nin genel görünümünün yer aldığı tanıtım videolarıdır. 'Science' başlığı altında yer alan 191 eğitsel videoda bilim ve teknoloji konularının ele alındığı görülmektedir. Kanalda 30 saniyeden 2 saate kadar video olmasına rağmen videoların çoğunun süresi 2 ila 10 dakikadır. Uzun süreli videolar genellikle ders anlatan bir öğretim elemanının veya konferans, seminer gibi bilimsel toplantıların kayıtlarından oluşmaktadır. National & World Affairs bölümünde yer alan 194 video ise genellikle üniversiteden haberler, konferanslar, sempozyumların tanıtım videolarıdır. Kanalda ayrıca kullanıcıların video yüklemeleri için 'yüklemelerim', 'yüklenen popüler videolar' ve 'oluşturulan oynatma listeleri' gibi interaktif uygulamalara da yer verilmektedir. Bu kanaldaki videolar, Youtube tarafından üzerlerine iliştirilen üniversite logolarıyla izlenebilmektedir (youtube.com).

3.3.2. Stanford Üniversitesi (Stanford University)

Stanford Üniversitesi, Amerika Birleşik Devletleri'nin Kaliforniya eyaletinde, 1891 yılından bu yana faaliyet gösteren dünyanın önde gelen özel eğitim ve araştırma üniversitelerinden biridir (stanford.edu). 2016 verilerine göre üniversiteye kayıtlı 6994 lisans, 9128 lisansüstü öğrenci bulunmaktadır (facts.stanford.edu). İş, enerji ve çevre bilimleri, eğitim, mühendislik, insan ve beşeri bilimler, hukuk ve tıp fakültelerine sahip olan üniversitenin öğretim elemanı-öğrenci oranı dörtte birdir (stanford.edu.academics).

3.3.2.1. Medya Uygulamaları (Practices of Media)

Stanford Üniversitesi'nin, yeni medyaya yönelik görsel-işitsel uygulamaları son derece aktif bir şekilde kullandığı görülmektedir. Üniversitenin kendi bünyesinde faaliyet gösteren 'Stanford Video' adlı bir kuruluşu bulunmaktadır. Video üretim birimi olarak hizmet eden Stanford Video, sınıf ortamında değerlendirilen eğitsel videolardan yüksek çözünürlüklü videolara kadar tüm formatlarda eğitsel videolar hazırlamakta ve bunların kullanıcılara ulaşmasını sağlayan servis hizmeti sunmaktadır. Stüdyo, Stanford uzmanlarını ve kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla 7/24 açık tutulmaktadır. Stanford Video; video üretimi, kurgu, ses kayıt, canlı internet yayını, video-konferans, video yayını, stüdyo kiralama, çoğaltma, alt yazı koyma gibi hizmetleri yürütmektedir (stanfordvideo.stanford.edu).

3.3.2.2. Eğitsel Video Uygulamaları (Practices of Educational Video)

Üniversitenin resmi sitesinde görsel-işitsel uygulamalarla hemen yerde karşılaşılabilmektedir. Fotoğraf, grafik, video gibi görsel unsurların genişçe kullanıldığı sitenin ana sayfasında; Facebook, Twitter, iTunes U, Youtube, Instagram, Futurity gibi sosyal medya hesaplarının ikonları bulunmaktadır. Stanford Üniversitesi'nin video paylaşım sitesi olarak kullandığı sosyal medya hesabının Harvard Üniversitesi'nde olduğu gibi Youtube olduğu görülmektedir. Youtube ikonuna tıklandığında üniversiteye ait videoların yüklendiği resmi kanal açılmaktadır. Üniversitenin Youtube'a üye olduğu tarih 18 Eylül 2006'dır. 542 bin 955 aboneye sahip kanalda değişik amaçlara yönelik olarak tasarlanmış birçok video bulunmaktadır. Youtube'da üniversitenin resmi kanalı tıklandığında ilk olarak kendiliğinden oynayan tanıtım videosu ile karşılaşılmaktadır. Kanaldaki videolar; okullar, bölümler, fakülte dersleri, kurslar ve üniversite geneli için ayrı kategorilerde sunulmaktadır. Stanford Üniversitesi'nin resmi kanalı olarak hizmet veren Youtube hesabında eğitsel video paylaşımları farklı kategorilere ayrıştırılarak kullanıcılara servis

edilmektedir. 146 videonun yer aldığı 'Stanford News' kategorisinde haber videoları yer almaktadır. '#GES2016-Global Entrepreneurship Summit at Stanford' başlığı altında ise Küresel Girişimcilik Zirvesi'nde çekilen 6 video değerlendirilmektedir. 11 videonun yer aldığı 'Cafe Scientifique' kategorisinde ise üniversitede düzenlenen konferans, seminer gibi etkinliklerin kayıtlarının bulunduğu eğitsel videolara yer verilmektedir. 'Stanford+Connects' başlığı altındaki 78 videoda genellikle Stanford Mezunları Derneği tarafından organize edilen dünya genelindeki mezunların konuşmalarına ulaşılabilmektedir. 'Reunion Homecoming' kategorisindeki 57 videoda genellikle öğretim elemanlarının konuşmaları yer almaktadır. '#MadeAtStanford' başlığı ise üniversite öğrencilerinin ve öğretim elemanlarının çektikleri kısa filmlere ayrılmıştır. Bu başlıkta yer alan 5 kısa film videosunun kullanıcı yorumlarıyla değerlendirildiği görülmektedir. '#AtStanford2014 Video highlights from a year on the Farm' başlığında üniversiteyle ilgili genel içerikli 15 video, son başlık olan 'Beyond the Classroom' kategorisinde ise öğrenci çalışmalarını içeren 3 video bulunmaktadır. Kanalda ayrıca kullanıcılara yönelik interaktif uygulamalar bağlamında 'Oluşturulan oynatma listeleri' ve 'Yüklenen popüler videolar' başlığı yer almaktadır (youtube.com).

3.3.3. Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT)

Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (Massachusetts Institute of Technology) veya kısaca MIT, Amerika Birleşik Devletleri'nin Massachusetts eyaletinde 1861'den bu yana faaliyet gösteren bir yükseköğretim kurumudur. Mimarlık ve planlama, mühendislik, beşeri bilimler, sanat ve sosyal bilimler, yönetim bilimleri olmak üzere eğitim veren üniversite özellikle teknoloji ve mühendislik alanındaki başarılarıyla tanınmaktadır. Enstitünün yaklaşık 1000 öğretim elemanı ve 11 binden fazla lisans ve yüksek lisans öğrencisi bulunmaktadır. Araştırma ve eğitim organizasyonunu; dijital öğrenme, nanoteknoloji, sürdürülebilir enerji, çevre ve iklim adaptasyonu, küresel su ve gıda güvenliği, büyük veri, siber güvenlik, robotik ve yapay zeka, kanser, HIV, otizm, alzheimer ve disleksi gibi alanlara yoğunlaştırmıştır. Biyoloji mühendisliği ve CRISPR teknolojisi, yoksulluğun azaltılması, gelişmiş üretim, yenilikçilik ve girişimcilik de MIT'nin özellikle ilgilendiği alanlar içinde yer almaktadır (web.mit.edu).

3.3.3.1. Medya Uygulamaları (Practices of Media)

MIT'nin resmi web sitesinin incelenen diğer üniversitelere göre dijital uygulamalar bağlamında çok daha ayrıntılı ve organize olduğu görülmektedir. Birçok seçeneğin bir arada sunulduğu sitede her bir başlığın arayüzü farklı olabilmektedir. Görsel açıdan son derece profesyonelce olan sitede birçok fotoğraf, video, grafik vb. uygulaması bulunmaktadır. MIT'nin MIT Video Productions, Office of Digital Learning (MIT Video Üretimleri, Dijital Öğrenme Ofisi) adlı bir medya ofisi bulunmaktadır. Kısaca ODL olarak anılan bu ofisin misyonu; dijital teknolojilerin, yenilikçi kullanımı yollarının araştırılarak, MIT'de ve dünya ölçeğinde, öğretme ve öğrenme sürecine uyarlanmasını sağlamak şeklinde belirtilmektedir. Dijital Öğrenme Ofisi'nin sunduğu hizmetler arasında; Açık Öğretim (OpenCourseWare ve MITx'in materyal geliştirme), Stratejik Eğitim Girişimleri, Dijital Öğrenme Çözümleri, MIT Video Üretimleri, Mühendislik ve Teknik Operasyonlar ve İş Operasyonları gibi faaliyetler yer almaktadır (odl.mit.edu).

Üniversitedeki diğer bir medya uygulama birimi ise "MIT Media Lab" adlı kuruluştur. MIT Lab, dijital teknolojilerin yaratıcı ve kullanım odaklı olarak yeniden keşfedilmesi yönünde araştırmalar

yapmaktadır. Birimde, eğitimle dijital teknolojileri bir araya getirmeye yönelik inovatif çalışmalar yürütülmektedir. Elektronik müzik, grafik tasarım, video geliştirme ve holografi gibi uğraşı alanları da vardır (media.mit.edu). MIT'nin eğitsel dijital uygulamalarından biri de 'Açık Ders Malzemeleri' olarak tanımlanabilecek MIT Open Course Ware (OCW) uygulamasıdır. Bu uygulamanın temel ilkesi "online kurs materyallerinin yayımlamak ve herkese açık hale getirmek" şeklinde ifade edilmektedir. Bu amaçla MIT'deki ders içeriklerinin web tabanlı yayını ve küresel ölçekte genel paylaşımına açık hale getirilmesine çalışılmaktadır. 1950'lere kadar uzanan bu girişim, 2001'de MIT'nin, topluma kendi ders materyallerini paylaşmaya başlamasıyla adeta bir açık öğretim faaliyetine dönüşmüştür (odl.mit.edu).

3.3.3.2. Eğitsel Video Uygulamaları (Practices of Educational Video)

MIT, kendi bünyesinde kurduğu eğitsel video paylaşım platformlarının yanı sıra popüler paylaşım sitelerinden de yararlanmaktadır. Kullanıcılar, üniversitenin resmi web sitesinde yer alan Facebook, Twitter, Google + ve Youtube linklerine tıklayarak kurumun resmi sosyal medya hesaplarına ulaşabilmektedir. Bu kanallardaki 'video' ikonu kullanıcıları kurumun resmi video paylaşım sitesi olan Youtube'a yönlendirmektedir. MIT'nin incelenen diğer üniversitelere oranla biraz gecikmeli olarak Youtube'a 14 Ocak 2009 tarihinde katılmış olmasına rağmen 37 milyon 101 bin 490 abonesi bulunmaktadır. Üniversitenin resmi Youtube kanalına yüklenen videolar farklı kategorilere ayrılarak kullanıcılara sunulmaktadır. 'MIT News' başlığında, 237 haber videosu yer almaktadır. 'From Around the Institute' başlığında ise enstitü içindeki faaliyetlere ait 21 eğitsel video bulunmaktadır. 'MIT.nano' başlığında 8 video ve 'Explained at MIT' başlığı altında ise 5 video yer almaktadır. Bu videolarda daha çok bilimsel ve teknolojik yenilikler anlatılmaktadır. 'Yüklenen popüler videolar' ve 'yüklemelerim' başlıklarında ise interaktif uygulamalara olanak sağlanmaktadır (youtube.com).

3.3.3.4. California Üniversitesi-Berkeley (University of California, Berkeley)

California Üniversitesi, ABD'nin Kaliforniya eyaletinde, 1868 yılından itibaren faaliyet gösteren bir araştırma üniversitesidir. UC Berkeley olarak da anılan üniversite, ARWU tarafından yapılan araştırmaya göre dünyanın en iyi ilk 500 üniversitesi arasında dördüncülüğe sahiptir. 2014 verilerine göre 27 bin 126 lisans ve 10 bin 455 lisansüstü öğrencisi olan üniversitede öğretim elemanı-öğrenci oranı 17 öğrenciye 1 öğretim elemanı şeklindedir (Berkeley.edu).

3.3.3.4.1. Medya Uygulamaları (Practices of Media)

California Üniversitesi-Berkeley'in web sitesinin dijital uygulamalar bağlamında son derece aktif olduğu görülmektedir. Üniversitenin Berkeley Art Museum and Pacific Film Archive (BAMPFA) adında görsel sanatlar merkezi olarak hizmet veren film ve video koleksiyonu bulunmaktadır (bampfa.berkeley.edu). Üniversitede medya uygulamaları kapsamında değerlendirilebilecek kurumlardan biri de Video and Image Processing Lab-VIP'dir. Video ve Görüntü İşleme Laboratuvarı olarak adlandırılan birim üniversitenin eğitsel video uygulamalarının geliştirilmesi amacıyla çalışmalar yürütmektedir (video.eecs.berkeley.edu). Üniversitede ayrıca profesyonel eğitsel video ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla faaliyet gösteren 'Berkeley Video' adlı bir kuruluş daha bulunmaktadır. Berkeley Video; eğitsel

bir videoyu çekerken danışma, ön yapım, yapım, post-produksiyon, gözden geçirme ve teslim etme hizmeti sunmaktadır (video.berkeley.edu). Berkeley Video, profesyonel eğitsel video üretiminin yanı sıra UC Berkeley online medya kanallarına ve bunlar arasında özellikle Youtube&iTunes U'ya da servis hizmeti sağlamaktadır (video.berkeley.edu). bunlara ek olarak üniversitenin genel medya ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla Media Resources Center/Medya Kaynakları Merkezi de üniversitenin on-line dijital beklentilerini karşılamak amacıyla servis hizmetini sürdürmektedir (lib.berkeley.edu).

3.3.4.2. Eğitsel Video Uygulamaları (Practices of Educational Video)

California Üniversitesi eğitsel amaçlar doğrultusunda dijital ortamdan daha iyi yararlanabilmek amacıyla Facebook, Twitter, Youtube ve Instagram gibi sosyal paylaşım sitelerindeki resmi hesapları kullanmaktadır. Üniversitenin eğitsel video paylaşımı noktasında, incelenen diğer üniversitelerde olduğu gibi Youtube'u tercih ettiği ve aktif bir şekilde kullandığı görülmektedir. Kurumun resmi web sayfasındaki Youtube ikonuna tıklandığında üniversitenin Youtube hesabına ulaşılmaktadır. 19 Temmuz 2007'de açılan bu kanalın abone sayısı 15 bin 349'dur. Kanalda sırasıyla daha çok üniversite ile ilgili haberlerin yer aldığı Berkeley News başlığında 313 video, daha çok eğitsel videoların bulunduğu Berkeley Science başlığında 135 video, daha çok etkinliklerle alakalı videoların yüklendiği Clinton Global Initiative U@Berkeley başlığı altında 5 video, Free Speech Movement 50th Anniversary'de 22 video, Survivor Support@Berkeley'de 7 video, Cal Bears Football'da 12 video, UC Berkeley Campus Tour başlığı ise 6 video bulunmaktadır. Bu başlıklar altında haber, sosyal etkinlik, bilimsel ve eğitsel amaçlı onlarca video bulunmaktadır (youtube.com).

3.3.5. Cambridge Üniversitesi (University of Cambridge)

Cambridge Üniversitesi, İngiltere, Cambridge'te faaliyet gösteren, devlete bağlı bir yükseköğretim kurumudur. Dünyanın dört bir tarafından gelen 18 binden fazla öğrencinin eğitim gördüğü üniversitede sanat ve beşeri bilimler, biyoloji, klinik tıp, edebiyat ve sosyal bilimler, fen bilimleri ve teknolojisi alanlarında eğitim verilmektedir (cam.ac.uk). Ünlü tarihi binalarıyla da ziyaretçileri çekebilen Cambridge Üniversitesi, dünyanın en eski üniversitelerinden biri olarak 2009 yılında 800. yılını kutlamıştır (cam.ac.uk).

3.3.5.1. Medya Uygulamaları (Practices of Media)

Köklü bir eğitim geleneği olan Cambridge Üniversitesi'nin dijital medya uygulamalarını da etkili bir şekilde kullandığı görülmektedir. Üniversitenin resmi web sayfasının 'video ve ses' bölümünde 'Youtube'da Cambridge' ve 'iTunes U Cambridge' başlıkları altında görsel-işitsel uygulamalara yer verilmektedir (cam.ac.uk). 'Video ve ses' bölümünde, ayrıca üniversitedeki çeşitli bölümlerin yüklediği videolar ve izlenme istatistikleri bulunmaktadır. Bu bölümde yer alan Streaming Media Service (SMS) yoluyla sisteme kayıtlı kullanıcıların, internet üzerinden kolayca video izlemeleri, indirmeleri ve yüklemeleri mümkün olabilmektedir (ucs.cam.ac.uk).

3.3.5.2. Eğitsel Video Uygulamaları (Practices of Educational Video)

Cambridge Üniversitesi, web sayfası yoluyla kullanıcıları çeşitli sosyal paylaşım ağlarına yönlendirmektedir. Anasayfada yer

alan Facebook, Flickr, iTunes U, Linked in, Twitter, Youtube ve Instagram ikonları kullanıcıları üniversitenin ilgili sosyal ağdaki resmi hesabına yönlendirmektedir. Üniversitenin eğitsel video paylaşım platformu olarak Youtube'u tercih ettiği görülmektedir. Youtube'a hem üniversitenin anasayfasındaki 'video ve ses' başlığından hem de Youtube ikonundan ulaşılabilir. Üniversitenin 19 Eylül 2006 tarihinden itibaren bağlantılı olduğu Youtube hesabına kayıtlı üye sayısı 73 bin 570'dir. Bu kanalda yer alan eğitsel video sınıflandırmalarından ilki Undergraduate Study'dir. 143 videonun bulunduğu bu bölümde üniversitedeki lisans dersleriyle ilgili videolar bulunmaktadır. Diğer bir başlık Cambridge Ideas'da kısa belgesel film biçiminde 19 video bulunmaktadır. Lines of Thought: Discoveries that Changed the World başlığı altında bilimsel ve teknolojik keşiflerle ilgili 4 video yer almaktadır. Nanomaterials Up Close başlığında, kısa animasyon şeklinde hazırlanmış nanobilimle ilişkili 6 video bulunmaktadır. Under the Microscope'da bulunan 17 videoda özellikle tıp ve biyolojiyle ilişkili yeni keşiflere yer verilmiştir. Cambridge Shorts başlığında ise 11 video, kısa film yapımına yöneliktir. Üniversitenin resmi Youtube hesabında bunların yanı sıra kullanıcıların video izleme, yorum ve yüklemelerine yönelik 'yüklemelerim', 'oluşturulan oynatma listeleri' ve 'yüklenen popüler videolar' kategorileri yer almaktadır (youtube.com).

4. BULGULAR VE TARTIŞMA (FINDINGS AND DISCUSSION)

ARWU verilerine göre dünyanın en iyi beş üniversitesindeki, video paylaşım uygulamalarının ve bu paylaşımında eğitsel videoların işlevinin araştırıldığı bu çalışmada aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır. En iyiler kategorisinde yer alan üniversitelerin yeni medyanın sunduğu fırsat ve olanaklardan yararlanmak amacıyla yenilikçi teknolojilere uyum sağlama ve etkili bir şekilde kullanma eğiliminde oldukları görülmektedir. Sürekli güncellenen ve kullanıcıların eğitsel, sosyal etkileşim, tanıtım, yönlendirme, enforme etme gibi her türlü beklentisine cevap verebilecek nitelikteki web tabanlı uygulamalar oldukça işlevseldir. En iyi beş üniversitenin dördünün, aynı zamanda dijital teknolojilerin gelişimine öncülük eden Amerika Birleşik Devletleri'nde olması da burada bulunan üniversitelerin güncel teknolojilerle olan bağına kaçınılmaz olarak güçlendirmektedir. Teknoloji üreten bir sistemde örgütlenen üniversitelerin yeni gelişmelere adaptasyonu kolaylaşmakta ve teknolojiyi işlevsel bir biçimde kullanmaları söz konusu olabilmektedir. İncelenen üniversitelerin, Youtube başta olmak üzere sosyal medya platformlarına vakit kaybetmeden uyum sağladıkları görülmektedir.

Üniversitelerin dijital platformlarında her türlü görsel, işitsel unsurdan yararlandığı gibi video uygulamalarına da yeterince ilgili oldukları görülmektedir. İncelenen bütün üniversitelerde video üretim ve paylaşımı ve diğer medya pratikleri için bir medya merkezi kurulmuştur. MIT ve Stanford gibi üniversitelerde işi yalnızca video üretmek, geliştirmek ve paylaşmak olan birimler faaliyet göstermektedir. Özellikle klasik öğretim materyalini dijital platforma aktarma çabasında olan MIT, video üretimine çok daha fazla yönelmiştir. Üniversitelerin kendi birimlerinde üretilen videoların niteliklerine bakıldığında bunların önemli bir bölümünün yardımcı ders materyali olarak kullanılmak amacıyla hazırlandığı görülmektedir. Bu kapsamda üniversitenin düzenlediği bilimsel bir etkinliğin kaydını içeren videolar veya bazı dersler için grafik ve animasyonlarla desteklenerek özel olarak hazırlanmış kısa süreli video dersler öne çıkmaktadır. Eğitsel videolar arasında bilimsel ve teknolojik keşif ve yeniliklerin tanıtıldığı videolar belirgin bir şekilde kendini

göstermektedir. Eğitsel amaçlı videoların ağırlıkta olduğu video paylaşım platformlarında bir sonraki basamakta sosyal etkileşim videoları yer almaktadır. Uygulamalı dersler kapsamında öğrenci ve öğretim elemanları tarafından hazırlanan videolar, çeşitli haber, tanıtım ve yönlendirme videoları bu kapsamda değerlendirilmektedir. Öğrenci odaklı eğitim anlayışının bir yansıması olarak sosyal etkileşime yönelik videoların öğrencilerin kendilerini ifade etme, tasarlayıp-üretip-değerlendirme, eğitsel alanı çok yönlü tanıma birçok amaca hizmet ettiği görülmektedir. İncelenen bütün üniversitelerde video paylaşım sitesi olarak Youtube tercih edilmiştir. Eğitsel videolar Youtube'un 'Eğitim' ve 'Bilim ve Teknoloji' kategorilerinde açılan üniversite resmi hesaplarında değerlendirilmektedir. Üniversitelerin eğitsel video platformu olarak, 2005 yılında kullanıma açılan Youtube'a çok geçmeden üye oldukları ve bu kanalı aktif olarak kullanmaya başladıkları görülmektedir. Genel kullanıma açık yapısıyla popüler bir video paylaşım ağı olan Youtube'un aynı zamanda eğitsel video paylaşımları için de ideal bir ortam oluşturduğu söylenebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)

Başta kitap olmak üzere basılı materyallere göre sistematize edilen ve öğreten ile öğrenenin bir arada olduğu sözlü kültür geleneğiyle yürütülen günümüz klasik eğitim anlayışı, yeni medya uygulamalarıyla kabuk değiştirmeye başlamıştır. Eğitsel ortamı ve araçları köklü bir değişime zorlayan dijital uygulamaların yakın gelecekte klasik eğitim-öğretim içeriğini de önemli ölçüde değiştireceği öngörüsü, uzak bir öngörü olarak durmamaktadır. Güncel gelişmelere en kısa sürede tepki vermesi gereken yükseköğretim kurumlarının yeni medyanın sunduğu fırsat ve olanaklara uyum sağlaması, toplumsal işleyişin seyri açısından da önemlidir. Çok yönlü, çok katmanlı yapısıyla dijital platformların eğitsel açıdan sunduğu olanaklar, eğitimcileri yepyeni ufuklara taşımaktadır. Hem öğretim materyali hem de başlı başına bir öğretim ortamı olma potansiyeliyle video, e-öğrenmede kilit bir noktada durmaktadır. Dünyanın en iyi beş üniversitesi resmi video paylaşım sitesi incelendiğinde de bu üniversitelerin dijital hayata çabuk adapte olduğu ve bunu kendi sitelerinde uyguladıkları görülmektedir.

Eğitim-öğretim, yalnızca kendi sınırlarıyla değerlendirilebilecek bir alan olmanın çok ötesinde, sistemin geneliyle bağlantılı bir olgudur. Dolayısıyla sistemdeki her türlü değişiklik eğitimi doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkileyebilmektedir. Öte yandan muazzam bir kaynak aktarımı ve harcama gerektiren eğitim organizasyonlarının olabildiğince ekonomik kılınması gerekliliği de ortadadır. Teknolojik yeniliklere adaptasyon ve materyallerin etkili kullanımı bu iki noktada karar alıcıların elini güçlendirmekte ve eğitimin amacına uygun bir şekilde yürütülmesini sağlayabilmektedir. Teknoloji artık klasik yöntemlerle ulaşılamayan veya ulaşılsa bile son derece maliyetli olabilen eğitim organizasyonları için son derece etkili ve ekonomik alternatifler sunabilmektedir. Dijital teknolojilerin eğitimdeki belirleyici rolünün gelecekte çok daha baskın olacağı gerçeği herkesin hemfikir olduğu bir öngörüdür. Bu rol eğitimin ilke ve hedeflerini yeniden belirleyecek gibi görünmektedir. Bu durum özellikle video dersler gibi kolay, etkili ve cazip materyallerin eğitimdeki önemini artırmaktadır.

NOT (NOTE)

Bu çalışma, 1-4 Eylül 2016 tarihleri arasında İstanbul-Büyükdada'da yapılan International Science Symposium (ISS2016)' da sözlü bildiri olarak sunulduktan sonra genişletilmiş ve yeniden yapılandırılmıştır.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Alper, A., (2012). Sosyal Ağlar, Ankara: Pelikan Yayıncılık.
- Armes, R. (1995). Video Görüntüsünün Estetiği, Video Sanatı-Eleştirel Bir Bakış, Der: Levend Kılıç, İstanbul: Hil Yayın.
- Baldini, M., (2000). İletişim Tarihi, Çev: Gül Batuş, İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Bijmens, M., Vanbuel, M., Verstegen, S., and Young, C., (2006). Handbook on Digital Video and Audio in Education-Creating and using audio and video material for education purposes, Published by The VideoAktiv Project <http://www.videoaktiv.org>. Socrates Minerva.
- Briggs A. ve Burke P., (2011). Medyanın Toplumsal Tarihi Gutenberg'den İnternete, Çev: Ümit Hüsrev Yolsal-Erkan Uzun, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Çakır, M., (2014). Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Halls, J., (2012). Rapid Video Development for Trainers: How to Create Learning Videos Fast and Affordably. Virginia: American Society for Training & Development.
- Ong, W.J., (2014). Sözlü ve Yazılı Kültür, Çev: Sema Postacıoğlu Banon, İstanbul: Metis Yayınları.
- Özel, S., (2015). Yeni Medya Çağında Televizyon, Editör: Sedat Özel, İstanbul: Derin Yayınları.
- Perkmen, S. ve Öztürk, A., (2009). Multimedya ve Görsel Tasarım, İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Turim, M., (1995). Video Sanatı: Bir Gelecek Kuramı, Video Sanatı-Eleştirel Bir Bakış, Der: Levend Kılıç, İstanbul: Hil Yayın.
- Ying, H., (2007). YouTube, Çev: İlker Şahin. İstanbul: Pegasus.
- **İnternet Kaynakları:**
- <http://www.harvard.edu/about-harvard/harvard-glance> Erişim Tar.17 Temmuz 2016
- <http://www.harvard.edu/about-harvard/multimedia> Erişim Tar.17 Temmuz 2016
- <https://www.youtube.com/user/Harvard/about> Erişim Tar.27 Temmuz 2016
- <https://www.stanford.edu/about/> Erişim Tar.12 Temmuz 2016
- http://facts.stanford.edu/pdf/StanfordFacts_2016.pdf Erişim Tar.12 Temmuz 2016
- <http://www.stanford.edu/academics/> Erişim Tar.12 Temmuz 2016
- <http://stanfordvideo.stanford.edu/> Erişim Tar.27 Temmuz 2016
- <https://www.youtube.com/stanford> Erişim Tar.27 Temmuz 2016
- <http://web.mit.edu/aboutmit/> Erişim Tar.18 Temmuz 2016
- <https://odl.mit.edu/about/organization> Erişim Tar.18 Temmuz 2016
- <http://www.media.mit.edu/about> Erişim Tar.27 Temmuz 2016
- <https://odl.mit.edu/beyond-campus/mitx-edx-moocs> Erişim Tar.27 Temmuz 2016
- <https://www.youtube.com/mit> Erişim Tar.27 Temmuz 2016



-
- <http://www.berkeley.edu/about> Erişim Tar.19 Temmuz 2016
 - <http://bampfa.berkeley.edu/about/about-bampfa>
Erişim Tar.19 Temmuz 2016
 - <http://www-video.eecs.berkeley.edu/> Erişim Tar.27 Temmuz 2016
 - <https://video.berkeley.edu/our-process> Erişim Tar.27 Temmuz 2016
 - <https://video.berkeley.edu/services> Erişim Tar.27 Temmuz 2016
 - <http://www.lib.berkeley.edu/MRC/> Erişim Tar.27 Temmuz 2016
 - <https://www.youtube.com/user/ucberkeleycampuslife>
Erişim Tar.27 Temmuz 2016.
 - <https://www.cam.ac.uk/about-the-university/how-the-university-and-colleges-work> Erişim Tar.20 Temmuz 2016.
 - <https://www.cam.ac.uk/about-the-university/history>
Erişim Tar.20 Temmuz 2016.
 - <http://www.ucs.cam.ac.uk/audio-video> Erişim Tar.27 Temmuz 2016
 - <https://www.youtube.com/c/cambridgeuniversity>
Erişim Tar.27 Temmuz 2016.
 - http://www.videoaktiv.org/fileadmin/template/main/resources/handbook/VideoAktiv_Handbook_fin.pdf Erişim Tar. 12 Haziran 2016
 - <http://www.shanghairanking.com/aboutarwu.html>
Erişim Tar. 7 Ağustos 2016.
 - <http://www.yok.gov.tr/web/denklikbirimi/anasayfa>
Erişim Tar. 7 Ağustos 2016.