

## VİDEO PLATFORMLARININ KULLANILABİLİRLİKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: YOUTUBE VE DAILYMOTION

### EVALUATION OF USABILITY OF VIDEO PLATFORMS: YOUTUBE AND DAILYMOTION

### ОЦЕНКА УДОБСТВА ВИДЕОПЛАТФОРМ: YOUTUBE И DAILYMOTION

**Erdoğan OKULMUŞ\***  
**Arif Cem TOPUZ\*\***

#### ÖZ

Video platformları görsel ve işitsel uyarıcıların öğrenme ortamlarına entegre edilmesi adına önemli bir kaynak teşkil etmektedir. Kimi zaman bir eğitim aracı kimi zaman da bir eğlence aracı olarak kullanılabilen video platformlarından yaygın olan iki tanesinin kullanılabilirliği konusunda kullanıcıların görüşlerini almak bu çalışmanın çıkış noktası olmuştur. Böylece bu çalışmada; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, internet kullanım süresi, kullanılan araç ve platformları ziyaret sıklığı faktörleri açısından farklı demografik özellikteki katılımcılar tarafından YouTube ve Dailymotion'ın kullanılabilirlik düzeyinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Karma desende kurgulanan bu çalışmada veriler 217 katılımcıdan elde edilmiş ve video platformlarının kullanılabilirlik düzeyleri Sistem Kullanılabilirlik Ölçeği aracılığıyla belirlenmiştir. Bu ölçeğe katılımcıların demografik bilgileri ile YouTube ve Dailymotion video platformlarına yönelik görüşlerini belirtebilecekleri bölümler de eklenmiştir. Nicel verilerin analizinde ANOVA ve nitel verilerin analizinde ise içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. Böylece (1) video platformlarının kullanılabilirlik düzeyi ölçülmüş, (2) katılımcıların demografik özelliklerine göre kullanılabilirlik algılarının farklılaşma durumu sorgulanmış ve (3) katılımcıların video platformlarının kullanılabilirliğine ilişkin görüşlerini daha iyi anlamaya odaklanılmıştır. Araştırma bulguları; çalışma grubundaki katılımcıların YouTube platformunun kullanılabilirlik düzeyini yüksek bulurken Dailymotion platformunun kullanılabilirlik düzeyini düşük bulduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, kullanılabilirlik düzeyinin cinsiyete ve platformları ziyaret etme sıklığına göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Ardından, kullanıcıların kullanılabilirliğe ilişkin görüşleri; (i) pozitif görüşler, (ii) negatif görüşler, (iii) karşılaştırma görüşleri ve (iv) geliştirme önerileri

\* ORCID: [0000-0003-4631-9650](https://orcid.org/0000-0003-4631-9650), Yüksek Lisans Öğrencisi ve Öğretmen, Millî Eğitim Bakanlığı Kars Halk Eğitimi Merkezi Müdürlüğü, Türkiye, [erdincokulmus@gmail.com](mailto:erdincokulmus@gmail.com)

\*\* ORCID: [0000-0002-5110-5334](https://orcid.org/0000-0002-5110-5334), Dr. Öğr. Üyesi, Ardahan Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Türkiye, [arifcemtopuz@ardahan.edu.tr](mailto:arifcemtopuz@ardahan.edu.tr)

## Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...

temaları çerçevesinde sentezlenmiştir. Sonuç bölümünde gelecek çalışmalar için araştırmacılara ve sistem geliştiricilerine katkı sağlayabilecek çeşitli önerilere de yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kullanılabilirlik, Youtube, Dailymotion, Uzaktan Öğrenme, Video Öğrenme.

### ABSTRACT

Video platforms are crucial resources for integrating visual and auditory stimuli into learning environments. The starting point of this research is to get the opinions of users on the usability of two of the most common used video platforms, which can sometimes be used as an educational tool and sometimes as an entertainment tool. Thus, this research aims to evaluate the usability level of YouTube and Dailymotion by participants with different demographic characteristics in terms of gender, age, education level, duration of internet use, tools used, and frequency of visiting platforms. This research has been designed in a mixed-method approach, data were collected from 217 participants, and the usability levels of video platforms were determined through the System Usability Scale. By placing additional questions on the scale, participants could express their demographic information and their views on YouTube and Dailymotion video platforms. ANOVA was used in the analysis of quantitative data and the content analysis method was used in the analysis of qualitative data. Thus, (1) the usability level of the video platforms was measured, (2) the differentiation status of the usability perceptions according to the demographic characteristics of the participants was questioned, and (3) participants' views on the usability of the video platforms were analyzed. Research findings have shown that while the participants in the study group found the usability level of the YouTube platform high, they found the usability level of the Dailymotion platform low. In addition, it has been concluded that the usability level differs according to gender and the frequency of visiting the video platforms. Then, the participants' views on usability were synthesized within the themes of (i) positive opinions, (ii) negative opinions, (iii) comparison opinions, and (iv) improvement suggestions. The conclusion part also includes various suggestions that can contribute to researchers and system developers for future studies.

**Keywords:** Usability, YouTube, Dailymotion, Distance Learning, Video Learning.

### АННОТАЦИЯ

Видеоплатформы являются важными ресурсами для интеграции визуальных и слуховых стимулов в среду обучения. Отправной точкой этого исследования является получение мнений пользователей об удобстве использования двух наиболее часто используемых видеоплатформ, которые иногда можно использовать в качестве образовательного инструмента, а иногда в качестве развлекательного инструмента. Таким образом, это исследование направлено на оценку уровня удобства использования YouTube и Dailymotion участниками с различными демографическими характеристиками с точки зрения пола, возраста, уровня образования, продолжительности использования Интернета, используемых инструментов и частоты посещения платформ.

Это исследование было разработано с использованием смешанного подхода, данные были собраны у 217 участников, а уровни удобства использования видеоплатформ были определены с помощью шкалы удобства использования системы. Поместив дополнительные вопросы на шкалу, участники могли выразить свою демографическую информацию и свое мнение на видеоплатформах YouTube и



## Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...

bir kullanım bağlamında etkililik, verimlilik, memnuniyetle belirtilen hedeflere ulaşmak için belirli kullanıcılar tarafından bir ürünün ne derecede kullanılabilirliği” şeklinde tanımlanmaktadır (ISO, 1998). Bir sistemin kullanılabilirliği Sistem Kullanılabilirlik Ölçeği gibi çeşitli ölçekler aracılığıyla belirlenebilmektedir (Kadirhan vd., 2015). Video platformlarının kullanılabilirliğini incelemek amacıyla Lima vd. (2020) tarafından yapılan bir çalışmada YouTube, Dailymotion, Metacafe, Vimeo ve Break isimli video tabanlı sosyal ağ platformları için ana sayfalarının kullanılabilirlik düzeyleri incelenmiştir. Söz konusu çalışmada 5 video platformunun da kullanılabilirlik düzeylerinin %70’in üzerinde olduğu değerlendirilmiş ve bu nedenle kullanılabilirlik düzeylerinin yüksek olduğu belirtilmiştir. Iqbal vd. (2017) tarafından yapılan bir çalışmada ise akıllı telefonlarda Dailymotion, YouTube ve Netflix gibi daha birçok uygulamanın kullanılabilirlik değerlendirmesi yapılmıştır.

Video platformlarının kullanılabilirliğine odaklanan çalışmalar incelendiğinde; mevcut çalışmaların oldukça sınırlı sayıda kaldığı, çalışmalarda sınırlı sayıdaki kullanıcıdan verilerin toplandığı ve bulguların nicel verilerin analiziyle sınırlı kaldığı görülmüştür. Bu araştırma ise; (i) verilerin toplandığı kullanıcıların farklı demografik özellikte olması, (ii) hem nicel hem de nitel verilerin toplanarak analiz edilmesi ve (iii) Türkiye’deki kullanıcıların görüşleri doğrultusunda bu iki video platformun kullanılabilirliğinin değerlendirildiği ilk çalışma olması yönüyle mevcut çalışmalardan farklılaşmaktadır. Dolayısıyla, literatürdeki bu boşluğu doldurmak amacıyla bu çalışmada farklı demografik özellikteki kullanıcıların görüşleri doğrultusunda YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin belirlenmesi, kullanılabilirlik algısının demografik özelliklere göre farklılaşma durumunun sorgulanması ve kullanıcıların kullanılabilirliğe ilişkin görüşlerinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır.

1. YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeyleri nedir?

2. YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşmakta mıdır?

- Cinsiyet
- Yaş
- Eğitim durumu
- İnternet kullanım süresi
- Video platformunu ziyaret ederken kullanılan araç/cihaz
- Video platformunu ziyaret sıklığı

3. Katılımcıların video platformlarının kullanılabilirliğine ilişkin görüşleri nasıldır?

Çalışmanın geri kalanı; (i) yöntem, (ii) bulgular ve (iii) sonuç-tartışma ve öneriler bölümlerinden oluşmaktadır. Yöntem bölümünde araştırma sorularına nasıl cevap arandığı ve bulgular bölümünde analiz sonucunda elde edilen bulguların neler olduğu sunulmuştur. Ardından, sonuç-tartışma ve öneriler bölümünde bulgulardan çıkarılan sonuçlar literatür eşliğinde tartışılmış ve gelecek çalışmalar için araştırmacılara ve sistem geliştiricilerine çeşitli öneriler sunulmuştur.

## 2. YÖNTEM

Bu çalışma karma araştırma yöntemi üzerine kurgulanmıştır. Karma yöntem araştırmalarda çoklu veri toplanması nedeniyle çalışmanın araştırma soruları detaylı şekilde cevaplanıp daha iyi anlaşılması sağlanabilmektedir (Alkan vd., 2019). Çalışmada araştırma sorularına cevap aramada kurgulanan yöntemin ayrıntıları aşağıda (1) araştırma grupları, (2)

veri toplama aracı, (3) veri analiz yöntemi ve (4) güvenilirlik başlıkları çerçevesinde sunulmuştur.

### **2.1. Araştırma Grubu**

Bu çalışmada araştırma grubu seçilirken demografik özellikler açısından çeşitliliğin sağlanabilmesi için amaçlı örnekleme tekniği kullanılmıştır. Böylece bir kamu kurumunda bilgisayar kullanımı kursuna katılan kursiyerlerden ve ayrıca bu kurumun çalışanlarından; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, internet kullanım süresi, ziyaret ederken kullanılan araç/cihaz ve video platformlarını ziyaret etme sıklığı gibi değişkenler açısından farklı demografik özelliklere sahip olan katılımcıların seçilmesi amaçlanmıştır. Kursiyer ve çalışanlar arasından gönüllülük esasına göre bu araştırmaya katılmak isteyen 217 katılımcı bu çalışmanın araştırma grubunu oluşturmuştur. Araştırma grubuna seçilen katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı aşağıda yer alan Tablo 1’ de gösterilmiştir.

**Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Dağılımı**

| <b>Grup</b>                     | <b>Değişken</b>       | <b>n</b>   | <b>%</b>   |
|---------------------------------|-----------------------|------------|------------|
| <b>Cinsiyet</b>                 | Kadın                 | 110        | 50,69      |
|                                 | Erkek                 | 95         | 43,77      |
|                                 | Belirtmek İstemiyorum | 8          | 3,68       |
|                                 | Geçersiz*             | 4          | 1,84       |
| <b>Yaş</b>                      | 18 yaş ve altı        | 30         | 13,82      |
|                                 | 19 – 20               | 61         | 28,11      |
|                                 | 21 – 22               | 45         | 20,73      |
|                                 | 23 – 24               | 18         | 8,29       |
|                                 | 25 – 26               | 12         | 5,52       |
|                                 | 27 yaş ve üzeri       | 41         | 18,89      |
|                                 | Geçersiz *            | 10         | 4,6        |
| <b>Eğitim Durumu</b>            | İlköğretim            | 7          | 3,22       |
|                                 | Lise                  | 54         | 24,88      |
|                                 | Ön Lisans             | 40         | 18,43      |
|                                 | Lisans                | 108        | 49,76      |
|                                 | Lisansüstü            | 8          | 3,68       |
| <b>İnternet Kullanım Durumu</b> | 1-2 saat              | 25         | 11,52      |
|                                 | 3-4 saat              | 81         | 37,33      |
|                                 | 5-6 saat              | 53         | 24,42      |
|                                 | 7 saat ve daha fazla  | 51         | 23,50      |
|                                 | Geçersiz *            | 7          | 3,23       |
| <b>Toplam</b>                   |                       | <b>217</b> | <b>100</b> |

\* Geçersiz veriler ilgili faktöre yönelik analizlerden çıkarılmıştır.

Tablo 1’de sunulduğu üzere çalışmanın örneklemini 217 katılımcıdan oluşturmaktadır. Katılımcıların 110’u kadın (%50,69), 95’i erkek (%43,77) ve 8’i cinsiyetini belirtmek istemeyen (%3,68) kişiler olup, 4’ ü (%1,83) ise ölçekte cinsiyet alanını boş bırakmıştır. Ölçekte cinsiyet, yaş ve internet kullanım süresi belirleme maddelerine cevap vermeyen katılımcı sayıları tabloda yıldız (\*) simgesiyle gösterilmiş olup bu katılımcılardan alınan veriler ilgili faktörlere yönelik analizlere dahil edilmemiştir.

## **Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...**

Nitel verilerin toplandığı çalışma grubu ise nicel verilerin toplandığı çalışma grubuyla aynı katılımcılardan oluşmaktadır. Araştırma grubundaki 217 katılımcıdan 167'si (%77) Youtube için görüş bildirirken 164 katılımcı (%76) Dailymotion için görüş bildirmiştir.

### **2.2. Veri Toplama Aracı**

Bu çalışmanın üç araştırma sorusundan birinci ve ikinci sorular için veriler Brooke (1996) tarafından geliştirilmiş ve Kadirhan vd. (2015) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış Sistem Kullanılabilirlik Ölçeği (SKÖ) aracılığıyla toplanmıştır. Bu ölçekte 5'li likert tipinde 10 madde bulunmaktadır (EK1). Ölçekte kullanılan maddelerin tek numaralı olanları pozitif, çift numaralı olanları negatif ifade içermektedir. Katılımcıların her bir maddeye 1 ile 5 arasında puan vermeleri beklenmektedir (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum).

Çalışmanın üçüncü araştırma sorusuna ilişkin verilerin toplanabilmesi için SKÖ ölçeğinin altına 2 açık uçlu soru eklenmiştir. Bu sorularla katılımcıların YouTube ve Dailymotion platformunun kullanılabilirliğine ilişkin görüşleri toplanmıştır.

### **2.3. Veri toplama süreci**

Çalışmanın veri toplama sürecinde, katılımcıların YouTube ve Dailymotion platformlarının kullanılabilirliğini daha sağlıklı şekilde değerlendirebilmeleri için; (1) kullanılabilirlik kavramı kısaca açıklanmış, (2) ardından katılımcılardan her iki platform üzerinden dört görevi yerine getirmeleri istenmiş ve (3) her iki platformu kullanan katılımcılara veri toplamada kullanılacak form verilmiştir. Her katılımcıya kullanılabilirlik kavramının açıklanması ve bazı görevler verilmesindeki amaç; katılımcıların yeterli hazırbulunuşluk seviyesine sahip olmaları, her iki platformu kıyaslayabilecek bilgiye sahip olmalarının sağlanması ve böylece kullanılabilirliğe yönelik daha güvenilir veriler elde edilmesidir. Bu amaçla, tüm kullanıcılardan her iki video platformu üzerinden gerçekleştirmeleri istenen dört görev; (i) "LGS Türkçe" kelimeleriyle bir video bulmaları, (ii) videonun görüntü kalitesini artırmaları, (iii) çalışma hızını 2 katına çıkarmaları ve (iv) tam ekran modunda videoyu yaklaşık 1 dakika izlemeleri şeklindedir. Görevleri gerçekleştiren katılımcılara veri toplama formunun verilmesiyle çalışmanın nicel ve nitel verileri birlikte toplanabilmiştir.

### **2.4. Veri analiz süreci**

Nicel verilerin analiz edilebilmesi için öncelikle katılımcıların ölçekteki 10 maddeye verdiği 1-5 aralığındaki puanlar bir Excel dosyasına aktarılmıştır. Ardından, ölçekteki negatif içerikli ters maddelerin puanları pozitif hale getirilmiş ve sonrasında 100'lük sisteme dönüştürülmüştür. Böylece her iki platformun kullanılabilirliğine ilişkin puanlar elde edilmiştir. Bir sistemin 100 üzerinden aldığı puanın 70'in üzerinde olması, bu sistemin kullanılabilirlik düzeyinin iyi olduğu anlamına gelirken, 70'in altında kalması ise sistemin daha fazla inceleme ve iyileştirme gerektirdiği anlamı taşımaktadır (Bangor vd., 2008). Video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin değerlendirilmesinde bu kriter dikkate alınmıştır.

Çalışmada nicel verilerin analizine yönelik işlemler SPSS 22.0 yazılımı yardımıyla yapılmıştır. Değerlendirilen iki platformun kullanılabilirlik düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığını test edebilmek için hangi istatistiksel yöntemin kullanılabileceğini belirlemek amacıyla öncelikle verilerin normal dağılım gösterip göstermediği sorgulanmıştır. Bu amaçla SPSS yardımıyla basıklık-çarpıklık değerlerine

bakılmıştır. Tabachnick ve Fidell'den aktaran İskender ve Bayram (2018: 60) bu değerlerin -1.5 ile +1.5 arasında olması durumunda verilerin normal dağılım gösterdiğinin kabul edileceğini ifade etmiştir. Verilerin normal dağılım gösterdiğinin anlaşılması üzerine, gruplar arasındaki farklılığın anlamlı olup olmadığının sorgulanmasına yönelik analizlerde parametrik testlerden ANOVA yönteminin kullanılması yoluna gidilmiştir.

Nitel verilerin analiz edilebilmesi için ise öncelikle katılımcıların veri toplama formuna yazdıkları tüm ifadeler Word ortamına aktarılarak transkript edilmiştir. Ardından, bu ifadeler NVivo 1.6 yazılımına aktarılmış ve içerik analizi yapılarak kodlar, kategoriler ve temalar belirlenmiştir. İçerik analizi sonucunda her iki video platformu için elde edilen temalar: i) pozitif görüşler, ii) negatif görüşler, iii) karşılaştırma görüşleri ve iv) geliştirme önerileri şeklindedir.

### 2.5. Güvenirlilik ve geçerlik:

Güvenirlilik, katılımcıların maddelere verdikleri cevapların birbirleriyle tutarlı olması olarak ifade edilmektedir (Büyüköztürk, 2017: 108). Bu çalışmada video platformları için toplanan nicel verilerin güvenirlilik hesaplaması ayrı ayrı yapılarak aşağıdaki Tablo 2' de sunulmuştur.

**Tablo 2: Nicel Verilerin Güvenirlilik Hesaplaması**

| Grup          |               | n          | %          | Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) |
|---------------|---------------|------------|------------|-------------------------------|
| YouTube       | Geçerli veri  | 184        | 84.8       | 0.822                         |
|               | Geçersiz veri | 33         | 15.2       |                               |
| Dailymotion   | Geçerli       | 169        | 77.9       | 0.826                         |
|               | Geçersiz      | 48         | 22.1       |                               |
| <b>Toplam</b> |               | <b>217</b> | <b>100</b> |                               |

Tablo 2'de sunulan Cronbach's Alpha değerleri incelendiğinde, video platformları için toplanan nicel verilerin hem YouTube ( $\alpha > 0.7$ ) hem de Dailymotion ( $\alpha > 0.7$ ) için güvenilir olduğu anlaşılmıştır.

Geçerlik, uygulanan ölçme aracının ölçülmesi amaçlanan özelliği ne seviyede doğru ölçtüğünü belirten bir ifadedir (Büyüköztürk, 2017: 108). Bu çalışmada ölçüğün geçerlik sorgulaması için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin hesaplaması yoluna gidilmiş ve KMO değerinin 0.787 (0.70-0.79 arası iyi) bulunması üzerine kullanılan ölçüğün geçerli olduğu anlaşılmıştır (Akgül, 1997).

Nitel verilerin güvenirlilik ve geçerlik boyutu nicel verilerden farklı değerlendirilmektedir (Şener vd., 2017). Guba (1981) çalışmasında güvenirlilik ve geçerlik için dikkate alınabilecek unsurları; inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve doğrulanabilirlik faktörleriyle ifade etmektedir. Bu nedenle çalışmanın nitel boyutu kapsamında, inandırıcılık için; yönetsel olarak uygunluğun sağlanabilmesi amacıyla yöntem, veri ve analitik süreçlerde bütünlüğün sağlanmasına özen gösterilmiş (Morse vd., 2002), aktarılabilirlik için; katılımcı sayısı, veri toplama yöntemi ve toplama süreci açıklanmış (Shenton, 2004), tutarlılık için; çalışma tasarımı detaylı bir şekilde ifade edilmiş (Thomas ve Magilvy, 2011), doğrulanabilirlik için ise; araştırma yöntemleri ayrıntılı bir şekilde aktarılmıştır (Shenton, 2004).

### 3. BULGULAR

Bu çalışmada YouTube ve Dailymotion video platformlarının kullanılabilirliği 3 araştırma sorusu çerçevesinde analiz edilmiş ve bulgular bu bölümde araştırma soruları çerçevesinde sunulmuştur. Verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgular; (1) video platformlarının kullanılabilirlik düzeyleri, (2) demografik özelliklere göre kullanılabilirlik

## Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...

düzeylerinin farklılaşması durumu ve (3) katılımcı görüşleri başlıkları altında aşağıda açıklanmıştır.

### 3.1. Video platformlarının kullanılabilirlik düzeyleri

Bu çalışmanın birinci araştırma sorusu ile YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin ne olduğu belirlenmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler yardımıyla madde bazlı hesaplanan ortalama puanlar Tablo 3'te ve bu ortalamaların demografik özelliklere göre dağılımı ise Tablo 4'te sunulmuştur.

**Tablo 3:** Ölçekteki Maddelere Göre Ortalamaların Dağılımı

| Soru No  | Ölçek Maddeleri   | YouTube |           |                        | Dailymotion |           |                        |
|----------|---|---------|-----------|------------------------|-------------|-----------|------------------------|
|          |   | Geçerli | Geçersiz* | Ortalama ( $\bar{x}$ ) | Geçerli     | Geçersiz* | Ortalama ( $\bar{x}$ ) |
| 1        | Bu sistemi sıklıkla kullanacağımı düşünüyorum.  | 215     | 2         | 91,62                  | 209         | 8         | 35,5                   |
| 2        | Sistemi gereksiz bir şekilde karmaşık buldum.   | 209     | 8         | 85,83                  | 209         | 8         | 52,72                  |
| 3        | Sistemin kolay kullandığımı düşündüm.   | 214     | 3         | 89,62                  | 200         | 17        | 45,4                   |
| 4        | Bu sistemi kullanabilmek için teknik bir kişinin desteğine ihtiyacım olabileceğini düşünüyorum. | 207     | 10        | 83,29                  | 201         | 16        | 57,4                   |
| 5        | Sistemdeki çeşitli fonksiyonları iyi entegre olmuş biçimde buldum.                              | 211     | 6         | 79,71                  | 203         | 14        | 47,19                  |
| 6        | Sistemde fazla tutarsızlık olduğunu düşündüm.   | 204     | 13        | 79,01                  | 204         | 13        | 59,31                  |
| 7        | Birçok insanın bu sistemi hızlı bir şekilde kullanabileceğini düşünüyorum.                      | 210     | 7         | 86                     | 202         | 15        | 47,22                  |
| 8        | Sistemin kullanımı çok hantal buldum.   | 209     | 8         | 83,92                  | 211         | 6         | 54,21                  |
| 9        | Sistemi kullanırken kendimden emindim.  | 213     | 4         | 87,98                  | 201         | 16        | 47,56                  |
| 10       | Sisteme giriş yapmadan önce birçok şey öğrenmem gerekti.  | 208     | 9         | 79,42                  | 211         | 6         | 54,12                  |
| Ortalama |   |         |           | 84,64                  | 50,06       |           |                        |

\* Geçersiz veriler ilgili faktöre yönelik hesaplamalardan çıkarılmıştır.

**Tablo 2:** Demografik özelliklere göre ortalamaların dağılımı

| Grup     | Değişken              | YouTube ( $\bar{x}$ ) | Dailymotion ( $\bar{x}$ ) |
|----------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|
| Cinsiyet | Kadın                 | 84,52                 | 50,34                     |
|          | Erkek                 | 84,37                 | 50,5                      |
|          | Belirtmek İstemiyorum | 84,75                 | 50,24                     |



|                          |                      |            |       |
|--------------------------|----------------------|------------|-------|
| Yaş                      | 18 yaş ve altı       | 85,2       | 50,33 |
|                          | 19 - 20              | 84,83      | 50,35 |
|                          | 21 - 22              | 84,94      | 50,3  |
|                          | 23 - 24              | 85,2       | 50,43 |
|                          | 25 - 26              | 86,4       | 48,93 |
|                          | 27 yaş ve üzeri      | 84,54      | 50,44 |
|                          | Eğitim Durumu        | İlköğretim | 80,8  |
| Lise                     |                      | 85,12      | 50,44 |
| Ön Lisans                |                      | 85,01      | 50,47 |
| Lisans                   |                      | 84,47      | 50,44 |
| Lisansüstü               |                      | 81,8       | 36,36 |
| İnternet kullanım durumu | 1-2 saat             | 84,45      | 50,34 |
|                          | 3-4 saat             | 84,47      | 50,45 |
|                          | 5-6 saat             | 84,95      | 50,26 |
|                          | 7 saat ve daha fazla | 84,68      | 50,32 |

Tablo 3 üzerinden YouTube ve Dailymotion platformlarının kullanılabilirlik düzeyleri değerlendirildiğinde, YouTube platformunun kullanılabilirlik düzeyinin “yüksek” olduğu ( $\bar{x}=84.64$ ), ancak; Dailymotion platformunun kullanılabilirlik düzeyinin “düşük” olduğu ( $\bar{x}=50.06$ ) bulgusuna ulaşılmıştır. Tablo 4 üzerinden cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve internet kullanım süresi faktörleri özelinde iki platformun kullanılabilirlik düzeylerine bakıldığında, YouTube platformunun kullanılabilirlik düzeyinin her durumda Dailymotion platformunun kullanılabilirlik düzeyinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Çalışmanın nitel boyutu kapsamında bu durumun neden kaynaklanmış olabileceğinin anlaşılabilmesi için öğrenci görüşleri analiz edildiğinde, öğrencilerin; (a) YouTube video platformunu içerik açısından daha zengin buldukları, (b) YouTube’da aradıkları her bilgiye kolayca ulaşabildikleri ve (c) YouTube platformunun hızlı olduğunu ifade ettikleri görülmüştür. Dolayısıyla, YouTube platformunun kullanılabilirlik düzeyinin yüksek çıkmasını etkileyen faktörler; içerik zenginliği, kolay kullanım ve hızlı çalışma olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin YouTube platformuna ilişkin ifadelerinden bazıları aşağıda verilmiştir.

*“İçeriği fazla merak ettiğim şeylere hızlıca ulaşabiliyorum”*

*“Akıcı her şeye ulaşabiliyorum”*

*“Bana göre YouTube’un kullanımı daha iyi kolaylığı daha iyi hızı da daha iyi”*

Kullanılabilirlik düzeyine ilişkin farkın demografik özellikler bazında istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı ise ikinci araştırma sorusu kapsamında aşağıda irdelenmiştir.

### 3.2. Demografik özelliklere göre video platformlarının kullanılabilirlik düzeyleri

Çalışmanın ikinci araştırma sorusu kapsamında YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin; i) cinsiyet, ii) yaş, iii) eğitim düzeyi, iv) internet kullanım süresi, v) kullanılan araç/cihaz ve vi) ziyaret etme sıklığı faktörleri bazında farklılaşma durumu sorgulanmıştır. Ulaşılan bulgular aşağıda bu alt başlıklar çerçevesinde sunulmuştur.

#### 3.2.1. Platformların kullanılabilirlik düzeyinin cinsiyete göre farklılaşma durumu

YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşma durumu ANOVA ile analiz edilmiş olup sonuçlar aşağıda yer alan Tablo 5’te gösterilmiştir.

## Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...

**Tablo 3:** Cinsiyete göre ANOVA testi sonucu

| Grup        | Değişken              | n   | $\bar{x}$ | s     | Anova |       |
|-------------|-----------------------|-----|-----------|-------|-------|-------|
|             |                       |     |           |       | f     | p     |
| YouTube     | Kadın                 | 110 | 86.57     | 14.7  | 1.768 | 0.173 |
|             | Erkek                 | 92  | 82.99     | 14.96 |       |       |
|             | Belirtmek İstemiyorum | 8   | 80.69     | 15.73 |       |       |
|             | Toplam                | 210 | 84.78     | 14.91 |       |       |
| Dailymotion | Kadın                 | 110 | 48.78     | 16.64 | 3.082 | 0.048 |
|             | Erkek                 | 92  | 53.67     | 17.47 |       |       |
|             | Belirtmek İstemiyorum | 8   | 42.19     | 18.43 |       |       |
|             | Toplam                | 210 | 50.67     | 17.24 |       |       |

Tablo 5 incelendiğinde cinsiyete göre YouTube platformunun kullanılabilirlik düzeyinin anlamlı bir farklılık göstermediği ( $p>0.05$ ) görülmektedir. Ancak, Dailymotion platformunun kullanılabilirlik düzeyinin ise cinsiyete göre farklılaştığı ( $p<0.05$ ) anlaşılmaktadır. Farklılığın hangi gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı olduğunu belirlemek için yapılan Tukey/LSD testi sonucunda; kadın ve erkekler arasında Dailymotion'ın kullanılabilirlik düzeyinin farklılaştığı bulgusuna ulaşılmıştır. Böylece Dailymotion'ın kullanılabilirlik düzeyinin kadınlar tarafından daha düşük bulunduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan, cinsiyetini belirtmek istemeyen grupta istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiş olması değerlendirilirken bu gruptaki katılımcı/veri sayısının az olması ( $n=8$ ) dikkate alınmalıdır.

### 3.2.2. Platformların kullanılabilirlik düzeyinin yaşa göre farklılaşma durumu

YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin yaşa göre farklılaşma durumuna ilişkin ANOVA sonuçları aşağıda yer alan Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 4:** Yaşa göre ANOVA testi sonucu

| Grup        | Değişken        | n   | $\bar{x}$ | s     | Anova |       |
|-------------|-----------------|-----|-----------|-------|-------|-------|
|             |                 |     |           |       | f     | p     |
| YouTube     | 18 yaş ve altı  | 30  | 83.99     | 16.8  | 0.277 | 0.925 |
|             | 19-20 yaş       | 60  | 94.36     | 13.47 |       |       |
|             | 21-22 yaş       | 45  | 95.35     | 16.21 |       |       |
|             | 23-24 yaş       | 18  | 82.64     | 21.01 |       |       |
|             | 25-26 yaş       | 11  | 84.02     | 12.89 |       |       |
|             | 27 yaş ve üzeri | 40  | 86.95     | 12.38 |       |       |
|             | Toplam          | 204 | 84.86     | 15.04 |       |       |
| Dailymotion | 18 yaş ve altı  | 30  | 49        | 14.5  | 1.739 | .127  |
|             | 19-20 yaş       | 60  | 52.2      | 17.45 |       |       |
|             | 21-22 yaş       | 45  | 45.94     | 18.34 |       |       |
|             | 23-24 yaş       | 18  | 52.48     | 17.4  |       |       |
|             | 25-26 yaş       | 11  | 61.43     | 16.27 |       |       |
|             | 27 yaş ve üzeri | 40  | 51.5      | 17.74 |       |       |
|             | Toplam          | 204 | 50.73     | 17.41 |       |       |

Tablo 6 incelendiğinde; YouTube ve Dailymotion video platformlarının kullanılabilirlik düzeyinin yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermediği ( $p>0.05$ ) anlaşılmaktadır. Çalışmanın nitel verileri analiz edildiğinde bir katılımcının YouTube video platformu için her yaşta bireyin kullanabileceğini ifade etmesi, nicel verilerin analizi

sonucunda yaşa göre farklılaşma olmadığı tespit edilmesi bulgusunu destekler niteliktedir. Katılımcının bu duruma ilişkin ifadesi aşağıda verilmiştir.

*“Youtube her yaştan insanın kullanabileceği bir platform. Üstelik bu uygulamayı kullanırken ekstra bir bilgi gereksinimine gerek yok. Bu nedenle büyük bir kitlenin daha çok dikkatini çekiyor. ...”*

### 3.2.3. Platformların kullanılabilirlik düzeyinin eğitim durumuna göre farklılaşma durumu

Video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin eğitim durumuna göre farklılaşım farklılaşmadığına ilişkin ANOVA testi sonuçları Tablo 7’de gösterilmiştir.

**Tablo 5:** Eğitim durumuna göre ANOVA testi sonucu

| Grup        | Değişken   | n   | $\bar{x}$ | s     | Anova |       |
|-------------|------------|-----|-----------|-------|-------|-------|
|             |            |     |           |       | f     | p     |
| YouTube     | İlköğretim | 7   | 79.36     | 16.54 | 0.882 | 0.475 |
|             | Lise       | 54  | 82.76     | 14.92 |       |       |
|             | Ön lisans  | 39  | 84.39     | 17.47 |       |       |
|             | Lisans     | 106 | 85.31     | 14.03 |       |       |
|             | Lisansüstü | 8   | 91.75     | 8.94  |       |       |
|             | Toplam     | 214 | 84.53     | 14.87 |       |       |
| Dailymotion | İlköğretim | 7   | 52.76     | 16.07 | 1.893 | 0.113 |
|             | Lise       | 54  | 53.42     | 19.31 |       |       |
|             | Ön lisans  | 39  | 54.28     | 18.55 |       |       |
|             | Lisans     | 106 | 47.24     | 15.38 |       |       |
|             | Lisansüstü | 8   | 52        | 14.26 |       |       |
|             | Toplam     | 214 | 50.44     | 17.18 |       |       |

Tablo 7 incelendiğinde her iki video platformunun kullanılabilirlik düzeylerinin kullanıcıların eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği ( $p>0.05$ ) görülmektedir.

### 3.2.4. Platformların kullanılabilirlik düzeyinin internet kullanım süresine göre farklılaşma durumu

YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin internet kullanım süresine göre farklılaşma durumuna ilişkin ANOVA sonuçları aşağıda yer alan Tablo 8’de gösterilmiştir.

**Tablo 6:** İnternet kullanım süresine göre ANOVA testi sonucu

| Grup        | Değişken        | n   | $\bar{x}$ | s     | Anova |       |
|-------------|-----------------|-----|-----------|-------|-------|-------|
|             |                 |     |           |       | f     | p     |
| YouTube     | 1-2 saat        | 25  | 80.28     | 16.22 | 1.633 | 0.183 |
|             | 3-4 saat        | 81  | 87.23     | 13.06 |       |       |
|             | 5-6 saat        | 53  | 83.62     | 15.97 |       |       |
|             | 7 saat ve üzeri | 51  | 84.26     | 15.53 |       |       |
|             | Toplam          | 210 | 84.77     | 14.89 |       |       |
| Dailymotion | 1-2 saat        | 25  | 50.58     | 14.2  | 0.198 | 0.898 |
|             | 3-4 saat        | 81  | 49.38     | 17.15 |       |       |
|             | 5-6 saat        | 53  | 51.27     | 17.76 |       |       |
|             | 7 saat ve üzeri | 51  | 51.45     | 18.72 |       |       |
|             | Toplam          | 210 | 50.5      | 17.29 |       |       |

## Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...

Tablo 8 incelendiğinde, YouTube ve Dailymotion video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin, katılımcıların internet kullanım süresine göre anlamlı bir farklılık göstermediği ( $p>0.05$ ) anlaşılmaktadır.

### 3.2.5. Platformların kullanılabilirlik düzeyinin ziyaret ederken kullanılan araçlara göre farklılaşma durumu

YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin video platformlarını ziyaret ederken kullanılan araçlara/cihazlara göre farklılaşma durumuna ilişkin ANOVA sonuçları aşağıda yer alan Tablo 9’da gösterilmiştir.

**Tablo 9:** Kullanılan araca göre ANOVA testi sonucu

| Grup        | Değişken              | n   | $\bar{x}$ | s     | Anova  |       |
|-------------|-----------------------|-----|-----------|-------|--------|-------|
|             |                       |     |           |       | f      | p     |
| YouTube     | Telefon               | 171 | 85.01     | 14.4  | 1.874  | 0.116 |
|             | Bilgisayar            | 26  | 79.79     | 18.48 |        |       |
|             | Telefon + Bil.        | 6   | 78.66     | 13.95 |        |       |
|             | Tablet                | 8   | 87.81     | 12.79 |        |       |
|             | Telefon + Bil. + Tbl. | 4   | 98        | 2.3   |        |       |
|             | Toplam                | 215 | 84.55     | 14.91 |        |       |
| Dailymotion | Telefon               | 168 | 49.63     | 16.49 | .2.183 | 0.072 |
|             | Bilgisayar            | 26  | 58.63     | 21.22 |        |       |
|             | Telefon + Bil.        | 6   | 54.33     | 18.34 |        |       |
|             | Tablet                | 8   | 43.09     | 14.75 |        |       |
|             | Telefon + Bil. + Tbl. | 4   | 44        | 9.93  |        |       |
|             | Toplam                | 212 | 50.52     | 17.24 |        |       |

Tablo 9 incelendiğinde, YouTube ve Dailymotion video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin, katılımcıların video platformlarını ziyaret ederken kullandıkları araçlara göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı ( $p>0.05$ ) anlaşılmaktadır.

### 3.2.6. Platformların kullanılabilirlik düzeyinin katılımcıların platformları ziyaret etme sıklığına göre farklılaşma durumu

YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin katılımcıların bu platformları ziyaret etme sıklığına göre farklılaşma durumu ANOVA ile analiz edilmiş olup sonuçlar aşağıda yer alan Tablo 10’da gösterilmiştir.

**Tablo 10:** Ziyaret sıklığına göre ANOVA testi sonucu

| Grup        | Değişken           | n   | $\bar{x}$ | s     | Anova |       |
|-------------|--------------------|-----|-----------|-------|-------|-------|
|             |                    |     |           |       | f     | p     |
| YouTube     | Her gün            | 158 | 86.68     | 13.35 | 6.264 | 0.002 |
|             | Haftada birkaç kez | 50  | 78.4      | 17.81 |       |       |
|             | Ayda birkaç kez    | 5   | 80.88     | 18.09 |       |       |
|             | Toplam             | 213 | 84.06     | 14.97 |       |       |
| Dailymotion | Her gün            | 155 | 49.76     | 16.59 | 0.832 | 0.437 |
|             | Haftada birkaç kez | 50  | 53.38     | 19.15 |       |       |
|             | Ayda birkaç kez    | 5   | 49.95     | 19.52 |       |       |
|             | Toplam             | 210 | 50.63     | 17.28 |       |       |

Tablo 10 incelendiğinde YouTube video platformunun kullanılabilirlik düzeyinin ziyaret etme sıklığına göre anlamlı bir farklılık ( $p<0.05$ ) gösterdiği anlaşılmaktadır. Farklılığın hangi faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı olduğunu belirlemek için yapılan Tukey/LSD testi sonucunda; “her gün” ve “haftada birkaç kez” değişkenleri arasında kullanılabilirlik düzeyinin farklılaştığı bulgusuna ulaşılmıştır. Dailymotion video

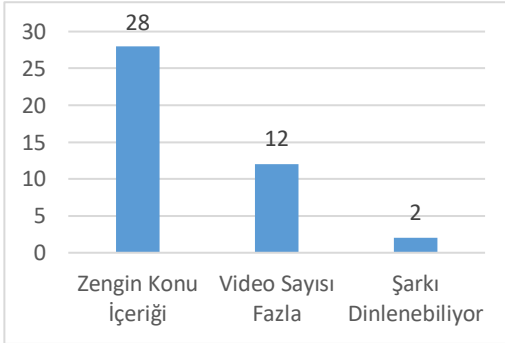
platformunun kullanılabilirlik düzeyi ile ziyaret etme sıklığına arasında anlamlı bir farklılık ( $p>0,05$ ) olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, YouTube'un kullanılabilirlik düzeyinin video platformunu her gün ziyaret edenler tarafından yüksek bulunması ve Dailymotion'un kullanılabilirlik düzeyinin ise haftada birkaç kez kullananlar tarafından yüksek bulunması dikkat çekici bir sonuç olarak yorumlanabilir.

### 3.3. Video platformlarının kullanılabilirliğine ilişkin katılımcı görüşleri

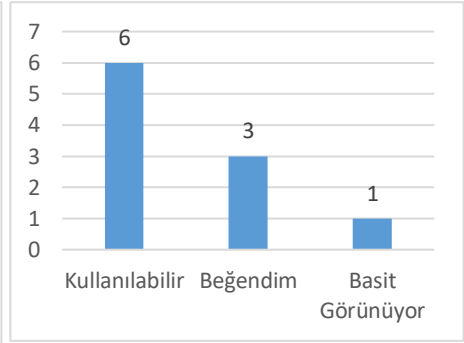
Çalışmanın üçüncü araştırma sorusu kapsamında katılımcıların YouTube ve Dailymotion video platformlarının kullanılabilirliklerine ilişkin algılarının daha iyi anlaşılabilmesi için görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcı görüşleri üzerinde yapılan içerik analizi sonucunda: (i) pozitif görüşler, (ii) negatif görüşler, (iii) karşılaştırma görüşleri ve (iv) geliştirme önerileri temalarına ulaşılmıştır. Her iki platformun kullanılabilirliğine ilişkin görüşler karşılaştırmalı olarak aşağıda bu temalar çerçevesinde sunulmuştur.

#### 3.3.1. Pozitif görüşler

Katılımcıların, YouTube ve Dailymotion video platformlarının kullanılabilirliklerine ilişkin memnuniyetlerini ve olumlu düşüncelerini belirttikleri görüşleri doğrultusunda 'pozitif görüşler' teması elde edilmiştir. Şekil 1 YouTube video platformu için ve Şekil 2 Dailymotion video platformu için pozitif görüşlere ilişkin kodları ve frekansları göstermektedir.



Şekil 1. YouTube'a İlişkin Pozitif Görüşler



Şekil 2. Dailymotion'a İlişkin Pozitif Görüşler

Şekil 1 ve Şekil 2 incelendiğinde, YouTube hakkındaki pozitif görüş sayısının Dailymotion'dan fazla olduğu görülmektedir. Bu veri, çalışmanın nicel boyutu kapsamında ulaşılan YouTube video platformunun kullanılabilirlik düzeyinin Dailymotion video platformunun kullanılabilirlik düzeyinden daha yüksek olması bulgusunu desteklenmektedir. Katılımcıların YouTube'u beğenme sebepleri; zengin konu içeriği olması ve video sayısının fazla olması şeklinde ifade edilmiştir. Dailymotion video platformuna ilişkin az sayıdaki olumlu görüşler ise; platformun kullanılabilir bulunması ve platform ara yüzünün basit olması şeklindedir. Bu nokta, katılımcıların YouTube ve Dailymotion'un kullanılabilirliğine ilişkin pozitif görüşlerini belirttikleri ifadelerinden bazılarında aşağıda yer verilmiştir.

*"Yıllardır kullandığım birçok konuda rahatlık sağlayan gerekli bir uygulama"*

*"İçeriği fazla merak ettiğim şeylere hızlıca ulaşabiliyorum"*

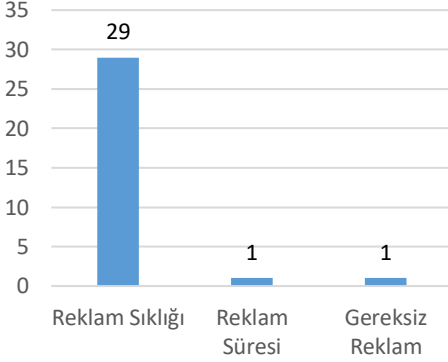
*"Bireysel çalışmaya olanak verdiği için duygusal gelişim üst düzeydedir"*

*"Video ve diğer bilgileri öğrenmem de ve kolay ulaşılabilir..."*

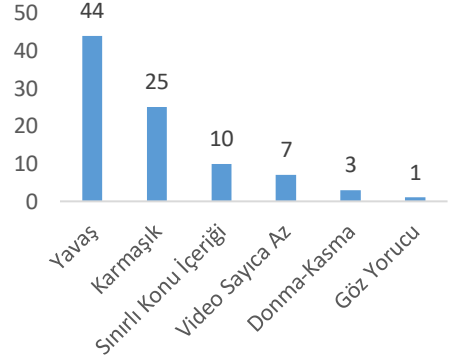
## Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...

### 3.3.2. Negatif görüşler

Katılımcıların, YouTube ve Dailymotion video platformlarının kullanılabilirliklerine ilişkin memnuniyetsizliklerini ve olumsuz düşüncelerini belirttikleri görüşleri doğrultusunda ‘negatif görüşler’ teması elde edilmiştir. Şekil 3 YouTube video platformu için ve Şekil 4 Dailymotion video platformu için negatif görüşlere ilişkin kodları ve frekansları göstermektedir.



Şekil 3. YouTube'a İlişkin Negatif Görüşler



Şekil 4. Dailymotion'a İlişkin Negatif Görüşler

Şekil 3 ve Şekil 4 incelendiğinde katılımcıların Dailymotion için Youtube'dan daha fazla kullanılabilirlik sorununu ifade ettiği anlaşılmaktadır. Bu bulgu çalışmanın nicel boyutu kapsamında ulaşılan Dailymotion video platformunun kullanılabilirlik düzeyinin YouTube video platformunun kullanılabilirlik düzeyinden daha düşük olması bulgusunu desteklenmektedir. Nitel veriler üzerinde yapılan içerik analizi sonucunda YouTube video platformunun kullanılabilirliğine ilişkin negatif görüşler reklam kategorisi altında toplanmıştır. Katılımcıların görüşlerini olumsuz yönde etkileyen reklam unsurları; a) reklamların sıklığı, b) reklamların süresi ve c) gereksiz reklamlar şeklinde belirlenmiştir. Dailymotion video platformunun kullanılabilirliğine ilişkin negatif görüşler ise; a) teknik sorunlar ve b) içeriğin yetersizliği kategorilerinden oluşmaktadır. Dailymotion için katılımcıların belirttikleri kullanılabilirlik sorunları; platformun yavaş çalışması, donma sorunu yaşanması, içerikte video sayılarının az ve konu zenginliği açısından kısıtlı olması şeklindedir. Katılımcıların YouTube ve Dailymotion'un kullanılabilirliğine ilişkin negatif görüşlerini belirttikleri ifadelerinden bazılarını aşağıda yer verilmiştir.

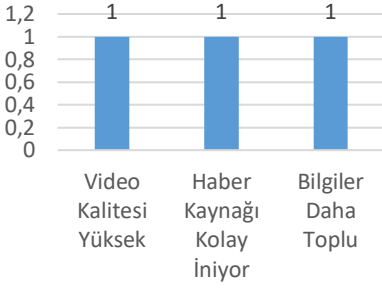
“... çok fazla reklam çıkıyor ve izlediğin videoya odaklanamıyorsun”

“Çok göz yorucu olumlu yanı yok”

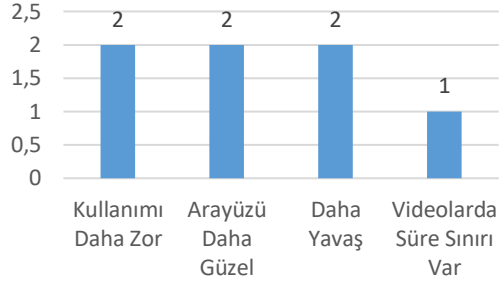
“Biraz karışık bir sistem kullanımı karmakarışık...”

### 3.3.3. Karşılaştırma görüşleri

Karşılaştırma teması, katılımcıların YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirliklerini kıyaslamalarına yönelik ifadelerini içermektedir. Şekil 5 YouTube video platformu için ve Şekil 6 Dailymotion video platformu için karşılaştırmaya yönelik görüşlerden elde edilen kodları ve frekansları göstermektedir.



Şekil 5. YouTube' a İlişkin Karşılaştırma Görüşleri



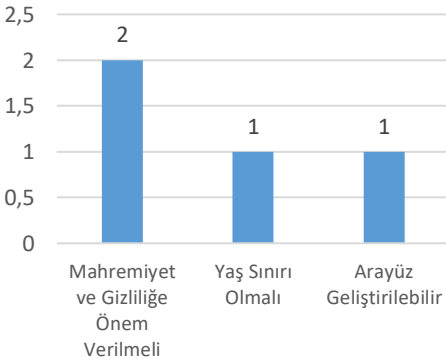
Şekil 6. Dailymotion'a İlişkin Karşılaştırma Görüşleri

Şekil 5 ve Şekil 6 incelendiğinde, YouTube ve Dailymotion video platformlarını kıyaslayan katılımcıların genelde YouTube için üstünlük sağladığı noktaları ve Dailymotion için geliştirilmesi gereken noktaları ifade ettikleri anlaşılmaktadır. Örneğin, Youtube platformunda video kalitesinin daha yüksek olduğu ve bilgilerin daha toplu bulunduğu belirtilirken, Dailymotion için kullanımının daha zor olduğu ve daha yavaş çalıştığı belirtilmiştir. Diğer taraftan, kıyaslamaya ilişkin görüşler arasında sınırlı sayıda da olsa (n=2) bazı katılımcıların Dailymotion platformunun arayüzünün Youtube platformunun arayüzünden daha güzel olduğunu ifade ettiği görülmüştür. Katılımcıların YouTube ve Dailymotion'un kullanılabilirliğine ilişkin karşılaştırma yaptıkları ifadelerinden bazılarında aşağıda yer verilmiştir.

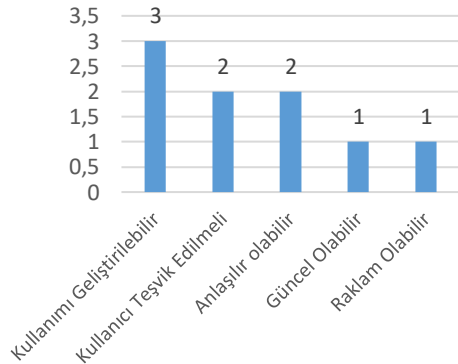
- “Bana göre youtube'nin kullanımı daha iyi kolaylığı daha iyi hızı da daha iyi”
- “Youtube de haber kaynakları daha çabuk indiriliyor”
- “Dailymotion sitesinin kullanımı youtube göre daha anlaşılabilir ve zor”
- “Youtube kadar ilgimi çekmedi”

### 3.3.4. Geliştirme Önerileri

Katılımcıların, YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin artırılabilmesine yönelik görüşleri doğrultusunda ‘geliştirme önerileri’ teması elde edilmiştir. Şekil 7 YouTube video platformu için ve Şekil 8 Dailymotion video platformu için geliştirme önerilerine yönelik görüşlerden elde edilen kodları ve frekansları göstermektedir.



Şekil 7. Youtube'a İlişkin Geliştirme Görüşleri



Şekil 8. Dailymotion'a İlişkin Geliştirme Görüşleri

## Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...

Şekil 7 ve Şekil 8 incelendiğinde katılımcıların Dailymotion için daha fazla kullanılabilirlik önerisi sundukları anlaşılmaktadır. YouTube platformu için sunulan geliştirme önerileri; a) mahremiyet ve gizlilik ilkesine dikkat edilmesi, b) kullanıcılar için yaş sınırı olması ve c) platform arayüzünün geliştirilmesi şeklindedir. Dailymotion için sunulan öneriler ise; a) kullanıcıların teşvik edilmesi, b) içerikte reklam olması, c) platformun daha anlaşılabilir ve güncel hale getirilmesi şeklindedir. Bu öneriler değerlendirilirken görüş bildiren katılımcı sayısının az olduğu dikkate alınmalıdır. Bu sınırlılık göz önünde bulundurularak, bir video platformunun kullanılabilirliğinin artırılması için belirtilen unsurlara yönelik geliştirme yapılabilir. Katılımcıların YouTube ve Dailymotion'un kullanılabilirliğine ilişkin geliştirme önerilerini belirttikleri ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

*"Youtube yaş sınırı olabilir"*

*"Daha eğitici daha kullanışlı daha hızlı olabilirdi"*

*"Daha anlaşılır ve güncellenmiş bir şekilde sunulmalıdır"*

*"İçeriğin artması sistemin anlaşılabilir olması gerekir"*

### 4. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmada farklı demografik özellikteki bireylerin katılımıyla YouTube ve Dailymotion isimli video platformlarının kullanılabilirlik düzeyleri ölçülmüş, katılımcıların kullanılabilirlik algılarının demografik özelliklere göre farklılaşma durumu sorgulanmış ve katılımcı görüşlerinin analiziyle bu platformların kullanılabilirliklerine ilişkin bakış açıları ortaya çıkarılmıştır. Çalışmanın bu bölümünde, öncelikle bulgular doğrultusunda ulaşılan sonuçlar tartışılmış ve ardından gelecek çalışmalara yönelik öneriler sunulmuştur.

#### 4.1. Sonuç ve Tartışma

Araştırmanın birinci sorusu kapsamında, YouTube ve Dailymotion video platformlarının kullanılabilirlik düzeylerinin ne olduğu belirlenmiştir. Sistem Kullanılabilirlik Ölçeği aracılığıyla elde edilen verilerin analizi sonucunda YouTube platformunun kullanılabilirlik düzeyinin yüksek (80-100) ve Dailymotion platformunun kullanılabilirlik düzeyinin ise düşük (50-67) olduğu (Abushamleh ve Jusoh, 2021) bulgusuna ulaşılmıştır. Literatürdeki benzer çalışmalar incelendiğinde, Bardakçı (2019) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin YouTube platformu için kolay kullanıma sahip olduğunu ve eğitsel amaç için kullanma konusunda zorlanmadıklarını ifade ettikleri görülmüştür. Kaya vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada ise mobil uygulamaların kullanılabilirliği değerlendirilmiş ve YouTube platformunun kullanılabilirlik düzeyi yine yüksek bulunmuştur. Diğer taraftan, bu çalışmada YouTube platformunun kullanılabilirlik düzeyinin yüksek bulunması Lima vd. (2020) tarafından yapılan çalışma ile örtüşürken Dailymotion platformunun kullanılabilirlik düzeyinin düşük bulunması ise aynı çalışmayla çelişmektedir. Çünkü ilgili çalışmada her iki platformun kullanılabilirlik düzeyi 70'in üzerinde bulunmuştur. Ancak, ilgili çalışmada bu platformların sadece ana sayfaları değerlendirilirken bu çalışmada platformların diğer özellikleri de değerlendirilmiştir. Dolayısıyla, ilgili çalışma ile bu araştırmanın bulgularının farklılaşması bu durumdan kaynaklanmış olabilir.

İkinci araştırma sorusu kapsamında ise kullanılabilirlik düzeylerinin katılımcıların demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, internet kullanım süresi, kullanılan cihaz ve ziyaret sıklığı) göre farklılaşma durumu sorgulanmıştır. Öncelikle, cinsiyet faktörü özelinde yapılan analizde; YouTube video platformunun kullanılabilirlik düzeyinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilirken, Dailymotion video platformunun kullanılabilirlik düzeyinin kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit



edilmiştir. Ziyaret sıklığı faktörü özelinde yapılan analizde ise; Dailymotion video platformunun kullanılabilirlik düzeyinin ziyaret sıklığına göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilirken, YouTube video platformunun kullanılabilirlik düzeyinin “her gün” ve “haftada birkaç kez” ziyaret edenler arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Diğer taraftan, yaş, eğitim düzeyi, internet kullanımı süresi ve kullanılan cihaz (bilgisayar, tablet ve telefon) faktörleri özelinde yapılan analizlerde; hem YouTube platformu hem de Dailymotion platformu açısından anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Demografik özelliklere göre kullanılabilirlik algısının farklılaşma durumunu araştıran mevcut çalışmalar incelendiğinde; Gundak ve Çetin (2015) tarafından yürütülen bir araştırmada üniversitenin tıp fakültesi hastanesinde kullanılan hastane bilgi sistemi yazılımının kullanılabilirlik düzeyinin cinsiyet ve yaş faktörlerine göre farklılaşmadığını belirtildiği görülmüştür. Uslu vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada ise hastanede kullanılan bilgi yönetim sisteminin kullanılabilirliği irdelenmiş ve çalışmada elde edilen demografik bilgiler içerisinde yaş faktörü ile hastane bilgi yönetim sistemi kullanılabilirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya koyulmuştur. Dolayısıyla, literatürde kullanılabilirlik algısının bazı demografik özelliklere göre farklılaştığı ve bazı özelliklere göre farklılaşmadığı birçok çalışmanın yer aldığı görüldüğünden, bu araştırmanın bulgularının bazı çalışmaları desteklediği ancak bazılarıyla çeliştiği söylenebilir.

Üçüncü araştırma sorusuyla video platformlarının kullanılabilirliğini değerlendiren katılımcıların bakış açılarının daha iyi anlaşılabilmesi hedeflenmiştir. Katılımcı görüşleri üzerinde yapılan içerik analizi sonucunda; “pozitif görüşler”, “negatif görüşler”, “karşılaştırma görüşleri” ve “geliştirme önerileri” temaları elde edilmiştir. Öncelikle katılımcıların görüşleri genel olarak değerlendirildiğinde, YouTube platformu için genelde beğenilen özelliklerin ifade edildiği ancak Dailymotion için genelde geliştirilmeye ihtiyaç duyulan konuların belirtildiği görülmüştür. Katılımcıların YouTube platformunun kullanılabilirliğini değerlendirirken vurguladığı konulardan bazıları; video kalitesinin yüksek olması, bilgilerin toplu olması ve reklamların rahatsız edici olmasıdır (reklam sıklığı ve reklam süresi gibi açılardan). Dailymotion platformunun kullanılabilirliğini değerlendirirken vurguladıkları konulardan bazıları ise; kullanımın zor olması, videolarda süre sınırı olması, basit görünmesi, yavaş çalışması, donma-kasma sorunu yaşatması ve gözü yormasıdır. Bu noktada, kullanılabilirlik sorunu olarak ifade edilen durumlara genel olarak bakabilmek için literatürde yer alan kullanılabilirlik çalışmaları incelenmiştir. Ateş ve Karacan (2009) tarafından bir devlet üniversitesinde web sitesinin kullanılabilirliği üzerine bir çalışma yürütülmüş ve site yüklenme hızının düşük olmasının bir kullanılabilirlik sorunu olarak dile getirildiği görülmüştür. Yine aynı çalışmada web sitesinin daha kullanılabilir olması için çeşitli iyileştirmelerin yapılması gerektiğini belirten kullanıcıların ifade ettikleri geliştirme önerilerinin bu araştırmada kullanıcıların her iki platform için belirtmiş oldukları geliştirmeye yönelik görüşlerle örtüştüğü söylenebilir. Hakbilen ve Doluküp (2021) tarafından yapılan bir çalışmada ise bakanlık kuruluşları için veri toplama aracı olarak kullanılan kalite sisteminin kullanılabilirliğine etki eden faktörler araştırılmış ve sistemin arayüzünün geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Dolayısıyla, bu araştırma kapsamında kullanıcıların YouTube ve Dailymotion için ifade ettikleri kullanılabilirlik sorunlarının literatürde farklı sistemler için de dile getirildiği anlaşılmaktadır. Gelecek çalışmalarda araştırmacılar ve sistem geliştiricileri için bu araştırmanın bulgularının rehber niteliğinde olabileceği söylenebilir.

Sonuç olarak, geliştirilen bir sistemin kullanıcılar tarafından ne düzeyde kullanılabilir bulunduğunu araştırmak ve kullanıcıların bakış açılarını anlamak, mevcut durumun iyileştirilmesinde ve gelecekte atılacak adımların planlanmasında rehberlik edebilir. Bu düşünceyle yola çıkılan bu araştırmada elde edilen bulguların eğitim

## Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...

platformlarının geliştirilmesi noktasında araştırmacılara ve sistem geliştiricilerine katkısının olabileceği söylenebilir. Ulaşılan bulgular sonucunda araştırmacılara ve sistem geliştiricilerine yönelik öneriler aşağıda sunulmuştur.

### 4.2. Araştırmacılara yönelik öneriler

- Bu çalışmanın nicel bulgularını açıklayabilmek için nitel desende bir çalışma kurgulanarak farklı demografik özelliklere sahip kullanıcıların kullanılabilirlik algılarını etkileyen etmenler derinlemesine araştırılabilir.
- Bu çalışmada görüşlerini yazan katılımcı sayısının az olması nedeniyle yüz yüze görüşme yoluyla verilerin toplanacağı yeni bir çalışma yapılabilir.
- Video platformlarının kullanılabilirlik değerlendirmesinde daha fazla platform üzerinde araştırma yapılabilir.
- Sayıca daha büyük bir örneklem grubuyla çalışma yöntemi tekrar uygulanabilir.

### 4.3. Sistem geliştiricilerine yönelik öneriler

Video platformu veya başka bir eğitim platformu geliştirmek isteyen geliştiriciler bulgularda belirtilen kullanılabilirlik unsurlarını dikkate alarak kullanıcıların memnun olabileceği bir geliştirme çalışması yapabilir. Öğrenci görüşlerinden elde edilen ve ayrıntıları bulgular bölümünde açıklanmış olan bu unsurlardan bazıları aşağıda sunulmuştur:

- Arayüz tasarımı basit ve kolayca anlaşılabilir (öğrenilebilir) olmalı.
- İçerik zengin olmalı.
- Reklam sıklığı az ve reklamların süresi kısa olmalı.
- Açılış, sayfalar arası geçiş ve dosya yükleme gibi işlemlerde tepki süreleri kısa olmalı.
- Kilitlenme sorunuyla karşılaşılması için gerektiğinde devreye girecek bir yöntem hazırda olmalı.
- Görsel öğeler (video ve fotoğraf gibi) yüksek çözünürlükte olmalı.
- Bilgiler derli toplu bir şekilde sunulmalı.
- Hedef kitlenin yaşı dikkate alınarak içerik sunulmalı.

**Ek-1: Sistem Kullanılabilirlik Ölçeği**

**VIDEO EĞİTİM PLATFORMLARININ KULLANILABİLİRLİK DEĞERLENDİRME ANKETİ**

Değerli katılımcı,

Bu anket, Ardahan Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İleri Teknolojiler programında yapılan “Video eğitim platformlarının kullanılabilirliklerinin değerlendirilmesi; YouTube ve Dailymotion” başlıklı çalışma kapsamında YouTube ve Dailymotion hakkında kullanılabilirlik değerlendirmesi için hazırlanmıştır. Bu amaçla ankette katılımcıların demografik bilgileri ve YouTube ile Dailymotion isimli video sitelerinin kullanılabilirliği için anket soruları yer almaktadır. Sorulara vereceğiniz cevaplar bilimsel amaçlı kullanılacak olup üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır. Ankete katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır. Ankette toplam 10 soru bulunmaktadır. Anket maddelerine katılım düzeyiniz (1) Kesinlikle katılmıyorum (2) Katılmıyorum (3) Kararsızım (4) Katılıyorum (5) Kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz. Sorularınız için e-mail gönderebilirsiniz.

“Video eğitim platformlarının kullanılabilirliklerinin değerlendirilmesi; YouTube ve DailyMotion” başlıklı çalışma kapsamındaki deney ve anket süreçlerine gönüllü olarak katıldığımı beyan ederim.

1) Cinsiyetiniz?  Kadın  Erkek  Belirtmek istemiyorum

2) Yaşınız? .....

3) Eğitim durumunuz?

İlkokul  Ortaokul  Lise  Ön lisans  Lisans  Yüksek lisans  
 Doktora

4) Gün içerisinde internet kullanım durumunuz?

1-2 saat  3-4 saat  5-6 saat  7 saat ve daha fazlası

5) Video sitelerini ziyaret ederken kullandığınız araç?

Telefon  Bilgisayar  Tablet

6) Video sitelerini ziyaret etme sıklığınız?

Her gün  Haftada birkaç defa  Ayda birkaç defa

Lütfen aşağıdaki tabloda hem YouTube hem de Dailymotion için ilgili puan kutucuklarını X ile işaretleyiniz.

| No | Değerlendirme Maddeleri   | YouTube |   |   |   |   | Dailymotion |   |   |   |   |
|----|---|---------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|
|    |   | 1       | 2 | 3 | 4 | 5 | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1  | Bu sistemi sıklıkla kullanacağımı düşünüyorum.  |         |   |   |   |   |             |   |   |   |   |
| 2  | Sistemi gereksiz bir şekilde karmaşık buldum.   |         |   |   |   |   |             |   |   |   |   |
| 3  | Sistemin kolay kullanıldığını düşündüm.   |         |   |   |   |   |             |   |   |   |   |
| 4  | Bu sistemi kullanabilmek için teknik bir kişinin desteğine ihtiyacım olabileceğini düşünüyorum. |         |   |   |   |   |             |   |   |   |   |
| 5  | Sistemdeki çeşitli fonksiyonları iyi entegre olmuş biçimde buldum.                              |         |   |   |   |   |             |   |   |   |   |

## Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...

|    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 6  | Sistemde fazla tutarsızlık olduğunu düşündüm.                              |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7  | Birçok insanın bu sistemi hızlı bir şekilde kullanabileceğini düşünüyorum. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8  | Sistemin kullanımı çok hantal buldum.                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9  | Sistemi kullanırken kendimden emindim.                                     |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Sisteme giriş yapmadan önce birçok şey öğrenmem gerekti.                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

### Lütfen YouTube ve Dailymotion sitelerinin kullanılabilirliği hakkında görüşlerinizi belirtiniz

1. YouTube sitesinin kullanılabilirliği hakkında olumlu ve olumsuz görüşleriniz nelerdir?

2. Dailymotion sitesinin kullanılabilirliği hakkında olumlu ve olumsuz görüşleriniz nelerdir?

### KAYNAKÇA

- ABUSHAMLEH, H., & JUSOH, S. (2021, May). Usability evaluation of distance education tools used in Jordanian universities. In *2021 innovation and new trends in engineering, science and technology education conference (IETSEC)* (pp. 1-5). IEEE.
- AKGÜL A. (1997). *Tıbbi araştırmalarda istatistiksel analiz teknikleri SPSS uygulamaları*. Yüksek öğretim kurulu matbaası, Ankara, 602.
- ALKAN, V., ŞİMŞEK, S., & ERBİL, B. A. (2019). Karma yöntem deseni: Öyküleyici alanyazın incelemesi. *Eğitimde nitel araştırmalar dergisi*, 7(2), 559-582.
- ATEŞ V., & KARACAN, H. (2009). Abant İzzet Baysal Üniversitesi web sitesi kullanılabilirlik analizi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 2(2).
- BANGOR, A., Kortum, P. T., & Miller, J. T. (2008). An empirical evaluation of the system usability scale. *Intl. Journal of human-computer interaction*, 24(6), 574-594.
- BARDAKCI, S. (2019). Exploring high school students' educational use of youtube. *International review of research in open and distributed learning*, 20(2).
- Büyüköztürk, Şener. (2017). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. (23.b). Ankara: pagem akademi.
- DOLUKÜP, İ., & HAKBİLEN, G. (2021). Kurumsal kalite sisteminin kullanılabilirliğinin değerlendirilmesi. *Sağlıkta performans ve kalite dergisi*, 18(1), 89-108.
- DURMUŞ, S., & ÇAĞILTAY, K. (2012). Kamu kurumu web siteleri ve kullanılabilirlik. E-devlet Kamu yönetimi ve teknoloji ilişkisinde güncel gelişmeler, s.293-322.
- GUBA, E. G. (1981). Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiries. *ECTJ*, 29(2), 75-91.
- GUNDAK, Ö. G. İ., & ÇETİN, H. (2015). Hastane bilgi sistemlerinin sumi yöntemine göre kullanılabilirlik düzeyinin belirlenmesi: akdeniz üniversitesi hastanesi örneği. *Süleyman demirel üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi*, 20(2), 315-331.
- IQBAL, M. W., AHMAD, N., & SHAHZAD, S. K. (2017). Usability evaluation of adaptive features in smartphones. *Procedia computer science*, 112, 2185-2194.
- İSKENDER, H & BAYRAM, M., (2018). 6331 sayılı iş sağlığı ve güvenliği kanunu uygulamalarının organizasyonel sonuçları Ohsas 18001 belgesi olan/olmayan firmaların karşılaştırılması.
- KADIRHAN, Z., GÜL, A., & BATTAL, A. (2015). Sistem kullanılabilirlik ölçeği: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Journal of educational sciences & practices*, 14(28).

- KAYA, A., OZTURK, R., & GUMUSSOY, C. A. (2019). Usability measurement of mobile applications with system usability scale (sus). In *Industrial engineering in the big data era* (pp. 389-400). Springer, Cham.
- LİMA, C., CASAS, S., & HERNÁNDEZ, S. A. (2020). Usabilidad de las páginas de inicio de las redes sociales de video. *Informes científicos técnicos-unpa*, 12(1), 164-187.
- MADY, M. A., & BAADEL, S. (2020). Technology-enabled learning (tel): Youtube as a ubiquitous learning aid. *Journal of information & knowledge management*, 19(01), 2040007.
- MORSE, J. M., BARRETT, M., MAYAN, M., OLSON, K., & SPIERS, J. (2002). Verification strategies for establishing reliability and validity in qualitative research. *International journal of qualitative methods*, 1(2), 13-22.
- SCHUMACHER, J. A. (2015). Youtube, dailymotion & co: analyses d'exploitations technopédagogiques de sites d'hébergement de vidéos dans la pratique et l'enseignement de l'instrument de musique. In *actes des 12èmes journées francophones de recherche en éducation musicale* "pratiques actuelles de l'enseignement et de l'apprentissage de la musique: nouvelles voies pour la recherche en pédagogie de la musique" (pp. 130-140). Cefedem rhône-alpes.
- SEMRUSH (2022). Top websites ranking. Erişim tarihi: <https://www.semrush.com/website>
- SHENTON, A. K. (2004). Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. *Education for information*, 22(2), 63-75.
- ŞAHİN, E. B., & DURDU, P. O. (2021). Bilişsel gezinti ile kitlesel açık çevrimiçi ders (kaçd) web sitelerinin kullanılabilirliğinin değerlendirilmesi. *Bilişim teknolojileri dergisi*, 14(4), 377-389.
- ŞENER, S., BAHÇECİ, V., DOĞRU, H., SEL, Z. G., ERTAŞ, M., Songür, S., & Tütüncü, Ö. (2017). Turizm alanındaki nitel araştırmaların güvenilirlik ve geçerlik ölçütleri kapsamında değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm araştırmaları dergisi*, 28(1), 7-26.
- THOMAS, E., & MAGILVY, J. K. (2011). Qualitative rigor or research validity in qualitative research. *Journal for specialists in pediatric nursing*.
- USLU, D., TOYGAR, Ş. A., & MANSUR, F. (2016). Hastane bilgi yönetim sisteminin kullanılabilirliğini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Uluslararası sağlık yönetimi ve stratejileri araştırma dergisi*, 2(3), 45-57.

## Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ...



T.C.  
ARDAHAN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Rektörlük

Sayı : E-67796128-000-2200005844  
Konu : Bilimsel Yayın ve Etik Kurul Kararı  
(Dr.Öğr. Üyesi Arif Cem TOPUZ)

17.02.2022

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Arif Cem TOPUZ

Erdoğan OKUMUŞ ile yapacağınız "Video Platformlarının Kullanılabilirliklerinin Değerlendirilmesi: Youtube ve Dailymotion" başlıklı makale çalışmanız ve bu çalışma kapsamında yapılacak araştırmalarda uygulayacağınız anket ve ölçek Üniversitemiz Etik Kurulu tarafından değerlendirilmiş olup, değerlendirme sonucu söz konusu çalışmanın Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kriterlerine uygun olduğuna karar verilmiştir.

Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Mustafa YILDIZ  
Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Komisyon Başkanı

Belge Doğrulama Kodu: FCT793A

*Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.*

Belge Takip Adresi:  
<http://ubys.ardahan.edu.tr/ERMS/Record/ConfirmationPage/Index>

Adres: Ardaahan Üniversitesi Yenisey Kampüsü Rektörlük Hizmet Binası , Çambazlık Mevkii, Ardaahan  
75002  
Telefon No: (0 478) 2117575  
e-Posta: [byyck@ardahan.edu.tr](mailto:byyck@ardahan.edu.tr)  
Kep Adresi: [ardahanuniv@h01.kep.tr](mailto:ardahanuniv@h01.kep.tr)

Faks No: (0 478) 2117509  
İnternet Adresi: [www.ardahan.edu.tr](http://www.ardahan.edu.tr)

Bilgi için :  
Kubilay Arın  
Etik Kurulu Komisyon  
Raporörü  
Telefon No: (0 478) 2117575

