



T.R.

BURSA ULUDAĞ UNIVERSITÄT

INSTITUT FÜR ERZIEHUNGSWISSENSCHAFTEN

ABTEILUNG DER FREMDSPRACHEN

LEHRSTUHL FÜR DEUTSCH ALS FREMDSPRACHE

**DER EINSATZ UND EFFEKT VON SOZIALEN MEDIEN IM
FREMDSPRACHENUNTERRICHT AM BEISPIEL DEUTSCH**

MASTERARBEIT

Nurseza KELEŞ

BURSA

2021



T.R.

BURSA ULUDAĞ UNIVERSITÄT

INSTITUT FÜR ERZIEHUNGSWISSENSCHAFTEN

ABTEILUNG DER FREMDSPRACHEN

LEHRSTUHL FÜR DEUTSCH ALS FREMDSPRACHE

**DER EINSATZ UND EFFEKT VON SOZIALEN MEDIEN IM
FREMDSPRACHENUNTERRICHT AM BEISPIEL DEUTSCH**

MASTERARBEIT

Nurseza KELEŞ

Betreuer

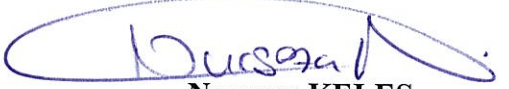
Dr. habil. Hikmet UYSAL

BURSA

2021

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim.


Nurseza KELEŞ

08/12/2020



EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
YABANCI DİLLER EĞİTİMİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 10/12/2020

Tez Başlığı / Konusu: Der Einsatz und Effekt von sozialen Medien im Fremdsprachenunterricht am Beispiel Deutsch

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 68 sayfalık kısmına ilişkin, 10/12/2020 tarihinde şahsım tarafından *Turnitin* adlı intihal tespit programından (*Turnitin*)' aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 3 'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç/dahil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Tarih ve İmza
10.12.2020

Adı Soyadı: Nurseza Keleş

Öğrenci No: 801791001

Anabilim Dalı: Yabancı Diller Eğitimi Anabilim Dalı

Programı: Tezli Yüksek Lisans

Statüsü: Y.Lisans Doktora

Danışman
Dr. Öğrt. Üyesi Hikmet UYSAL
10.12.2020

* Turnitin programına Uludağ Üniversitesi Kütüphane web sayfasından ulaşılabilir.

YÖNERGEYE UYGUNLUK ONAYI

“Der Einsatz und Effekt von sozialen Medien im Fremdsprachenunterricht am Beispiel Deutsch” adlı Yüksek Lisans tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan



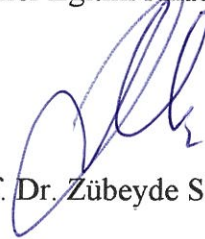
Nurseza KELEŞ

Danışman



Dr. Öğrt. Üyesi Hikmet UYSAL

Yabancı Diller Eğitim Anabilim Dalı Başkanı



Prof. Dr. Zübeyde Sinem Genç

T.C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

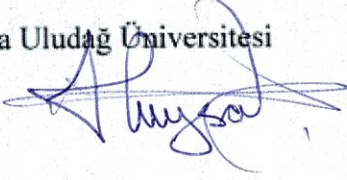
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,

Yabancı Diller Eğitimi Anabilim Dalı, Alman Dili Eğitimi Bilim Dalı'nda 801791001 numaralı Nurseza Keleş'in hazırladığı "Der Einsatz und Effekt von sozialen Medien im Fremdsprachenunterricht am Beispiel Deutsch" konulu Yüksek Lisans ile ilgili tez savunma sınavı, 25/12/2020 günü 17:30-18:20 saatlerini arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin/çalışmasının **başarılı** (başarılı/başarısız) olduğuna **Oy birliği** (oybirliği/oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı ve Sınav Komisyonu Başkanı)

Dr. Öğrt. Üyesi Hikmet UYSAL

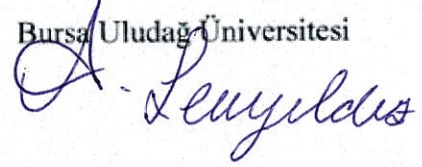
Bursa Uludağ Üniversitesi



Üye

Prof. Dr. Anastasia ŞENYILDIZ

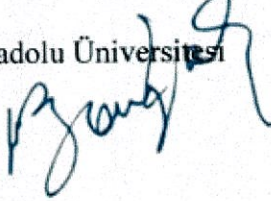
Bursa Uludağ Üniversitesi



Üye

Prof. Dr. Ayhan BAYRAK

Anadolu Üniversitesi



25/12/2020

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei all denjenigen bedanken, die mir durch fachliche und persönliche Unterstützung beiseite standen.

Als erstes möchte ich mich bei Herrn Dr. habil. Hikmet Uysal bedanken, der mich am Anfang für ein Masterstudium überzeugt und motiviert hat. Er hat mich auf diesem Weg betreut und stand mir immer zur Hilfe bei der Erstellung der Arbeit. Vielen herzlichen Dank für ihre Unterstützung.

Ebenfalls möchte ich mich bei Frau Prof. Dr. Gülten Güler und Frau Prof. Dr. Anastasia Şenyıldız für die anregenden Gespräche und die wertvollen Anmerkungen und der konstruktiven Kritik bedanken.

Ganz herzlich bedanke ich mich bei meiner Mutter Saliha Ahmet und bei meiner Schwester Serpil Ahmet, die mich immer ermutigt und motiviert haben, wenn ich nicht mehr konnte.

Herzlichen Dank auch an meinem Ehegatten Ersan und meinem Sohn Kaan Berat, die immer zu mir standen und mich immer unterstützt haben während dieser Zeit.

Abschließend möchte ich diese Masterarbeit meinem verstorbenen Vater Nahit Ahmet widmen, der immer wollte, dass seine Töchter studieren und zu selbstbewussten, eigenständigen Frauen werden. Danke Papa! Ruhe in Frieden.

Nurseza Keleş

Zusammenfassung

Autorin:	: Nurseza KELEŞ
Universität	: Bursa Uludağ Universität
Studienrichtung	: Fremdsprachen
Bereich	: Deutsch als Fremdsprache
Akademischer Grad	: Master of Arts (M.A.)
Seitenanzahl	: xvi + 76
Datum	: 25.12.2020
Titel der Arbeit	: Der Einsatz und Effekt von sozialen Medien im Fremdsprachenunterricht am Beispiel Deutsch
Betreuer	: Dr. habil. Hikmet UYSAL

DER EINSATZ UND EFFEKT VON SOZIALEN MEDIEN IM FREMDSPRACHENUNTERRICHT AM BEISPIEL DEUTSCH

Mit der Einführung der sozialen Medien in unser Leben hat sich die Technologie in diesem Bereich rasant weiterentwickelt. Infolge dieser Entwicklungen, passte sich jeder Bereich in unserem Leben an die neue Technologie an. Einer dieser Bereiche ist die Bildung. Besonders Forschungen zu sozialen Medien im Fremdsprachenunterricht haben sich vermehrt.

Ziel dieser Studie ist es, den Einsatz von sozialen Medien im Deutsch als Fremdsprachenunterricht zu untersuchen. In diesem Zusammenhang wurden YouTube-Videos verwendet. Die Studie ist eine qualitative Forschung. Die Daten wurden mit zwei Likert-Fragebögen erhoben. Diese qualitative Studie wurde mit 29 Studenten durchgeführt, die im Studienjahr 2019-2020 an der Universität Bursa Uludağ, Abteilung für Deutschunterricht, studierten.

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, die Bewertung der YouTube-Videos im Hinblick auf das autonome Lernen, das implizite Deutschlernen und die Förderung der Grund- und Teilfertigkeiten. Außerdem soll auch die Meinung der Studierenden für den möglichen Einsatz von sozialen Medien in universitären Lehrveranstaltungen oder in ihrer späteren Berufstätigkeit erfragt werden.

Schlüsselwörter: Soziale Medien, YouTube, Fremdsprachenlehre, Deutsch als Fremdsprache

Özet

Yazar	: Nurseza KELEŞ
Üniversite	: Bursa Uludağ Üniversitesi
Ana Bilim Dalı	: Yabancı Diller Eğitimi Ana Bilim Dalı
Bilim Dalı	: Alman Dili Eğitimi Bilim Dalı
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa sayısı	: xvi + 76
Mezuniyet Tarihi	: 25.12.2020
Tez	: Yabancı Dil olarak Almanca Öğretiminde Sosyal Medyanın kullanımı ve Etkisi
Danışmanı	: Dr. Öğrt. Üyesi Hikmet UYSAL

YABANCI DİL OLARAK ALMANCA ÖĞRETİMİNDE SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI VE ETKİSİ

Sosyal Medyanın hayatımıza girmesi ile birlikte, teknoloji bu alanda büyük bir hız ile gelişmeye devam etmiştir. Bu gelişmelerin neticesinde, yaşamımızdaki her alan yeni teknolojiye adapte olmuştur. Bu alanlardan bir tanesi de eğitimidir. Özellikle yabancı dil eğitimi alanında sosyal medyanın dahil edildiği araştırmalar gittikçe artmaktadır.

Bu çalışma yabancı dil olarak Almanca öğretiminde sosyal medyanın kullanımını araştırmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya araçlarından YouTube videoları kullanılmıştır. Çalışma nitel bir araştırmadır. Veriler iki adet Likert ölçekli anket ile toplanmıştır. Bu nitel çalışma, 2019-2020 Eğitim-Öğretim yılı içerisinde Bursa Uludağ Üniversitesi Almanca Öğretmenliği Anabilim Dalı'nda öğrenim gören 29 öğrenci ile yapılmıştır.

Çalışmanın sonuçları, öğrencilerin, YouTube videolarını özerk öğrenme, örtük Almanca öğrenimi ve dil becerileri açısından değerlendirmelerini, göstermektedir. Ayrıca öğrencilerin üniversite derslerinde ve sonraki öğretmenlik mesleklerinde sosyal medyanın olası kullanımına ilişkin görüşleri alınmıştır.

Anahtar sözcükler: Sosyal medya, YouTube, yabancı dil öğretimi, yabancı dil olarak Almanca

Abstract

Author : Nurseza KELEŞ

University : Bursa Uludağ University

Field : Foreign Languages

Branch : German as Foreign Language Education

Degree Awarded : Master of Arts (M.A.)

Page Number : xvi + 76

Degree Date : 25.12.2020

Thesis : The Use and Effects of Social Media in Teaching German as a Foreign Language

Supervisor : Ass. Prof. Hikmet UYSAL

THE USE AND EFFECTS OF SOCIAL MEDIA IN TEACHING GERMAN AS A FOREIGN LANGUAGE

With the introduction of social media into our lives, technology in this area has developed rapidly. As a result of these developments, every area of our lives adapted to the new technology. One of these areas is education. Especially, research on social media in foreign language teaching has increased.

The aim of this study is to examine the use of social media in German as a foreign language lessons. YouTube videos were used in this context. The study is a qualitative research. The data were collected using two questionnaires with Likert scales. This qualitative study was carried out on 29 students, who studied at Bursa Uludağ University, Department of German Teaching, in the academic year 2019-2020.

The results of the study show the evaluation of the YouTube videos with regard to autonomous learning, implicit German learning and skills. In addition, students were asked for their opinion on the possible use of social media in university courses or in their later professional life.

Keywords: Social media, YouTube, foreign language teaching, German as a foreign language

Inhaltsverzeichnis

	Seite
DANKSAGUNG	v
ZUSAMMENFASSUNG	vi
ÖZET	viii
ABSTRACT	x
INHALTSVERZEICHNIS	xi
TABELLENVERZEICHNIS	xv
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	xvi
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	xvii
KAPITEL I: EINLEITUNG	1
1. Einführung	1
1.1. Ziel der Arbeit	2
1.2. Aufbau der Arbeit	3
KAPITEL II: BEGRIFFSKLÄRUNG	5
2. Soziale Medien	5
2.1. Definition	5
2.2. Entwicklung	6
2.3. Eigenschaften	7
2.4. Unterkategorien	9
2.4.1. Soziale Netzwerke	10

2.4.2. Wikis	10
2.4.3. Webblogs	10
2.4.4. Microblogs	10
2.4.5. Foren	10
2.4.6. Video-Sharing-Portale	11
2.4.7. Photo-Sharing-Portale	11
2.4.8. Music-Sharing-Portale	11
2.4.9. Document-Sharing-Portale	11
2.4.10. Social-Bookmark-Portale	11
2.4.11. Bewertungsportale	11
2.4.12. Auskunftsportale	12
KAPITEL III: THEORETISCHER TEIL	13
3. Soziale Medien im Unterricht	13
3.1. Soziale Medien im Fremdsprachenunterricht	14
3.2. Die Rolle der sozialen Medien beim Fremdsprachenlernen	15
3.2.1. Vorteile	15
3.2.2. Nachteile	17
3.3. Konstruktivismus als Lernansatz für das Lernen mit sozialen Medien	17
3.4. Selbstgesteuertes Lernen mit sozialen Medien	20
3.4.1. Motivation	20
3.4.2. Lernerautonomie	21

KAPITEL IV: YOUTUBE	23
4. YouTube als Forschungsgegenstand	23
4.1. Charakteristika der Lehr-und Lernvideos auf YouTube	25
4.2. YouTube als Lernmittel im Fremdsprachenunterricht	25
KAPITEL V: EMPIRISCHER TEIL	29
5. Methodologische Überlegungen	29
5.1. Befragungen	30
5.2. Der Beispielkanal „24 h Deutsch“	32
5.3. Ziel der Untersuchung	36
5.4. Anlage der Untersuchung	37
KAPITEL VI: UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE	39
6. Darstellung der Untersuchungsergebnisse	39
6.1. Auswertung der Befragung	39
6.2. Diskussion der Ergebnisse	55
KAPITEL VI: AUSBLICK	61
7. Schlusswort	61
8. Implikationen in den Unterricht	62
LITERATURVERZEICHNIS	65
ANHANG	70
LEBENS LAUF	75

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle</i>	<i>Seite</i>
1. Der Vergleich von Web 1.0 und Web 2.0.....	6
2. Geschlechterverteilung der Studierenden	39
3. Altersverteilung der Studierenden	39
4. Aus welchen Gründen schauen sie Videos in deutscher Sprache an?	40
5. Durchschnittszahl der Gesamtstunden vom wöchentlichen Anschauen der Videos in deutscher Sprache	41
6. Schauen Sie Videos in deutscher Sprache an, wenn Sie die sozialen Medien benutzen?	42
7. Benutzen Sie das soziale Medium YouTube um deutschsprachige Videos zu schauen?	42
8. Sind Sie Abonnenten/innen von deutschsprachigen YouTube-Kanälen?	43
9. Wie bewerten sie YouTube-Videos?.....	43
10. Welche Sprach- und Teilfertigkeiten werden durch YouTube-Videos verbessert?	46
11. Wie bewerten Sie YouTube-Videos in Hinblick auf „Lernen mit Ida“?	49
12. Welche Sprach- und Teilfertigkeiten wurden durch die YouTube-Videos „Lernen mit Ida“ verbessert?	52

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung</i>	<i>Seite</i>
1. Screenshot aus dem YouTube-Kanal 24 h Deutsch.....	33
2. Screenshot aus dem YouTube-Kanal 24 h Deutsch.....	34
3. Screenshot aus dem YouTube-Kanal 24 h Deutsch.....	35

Abkürzungsverzeichnis

bzw.	: beziehungsweise
ca.	: circa
CALL	: Computer Assisted Language Learning
DaF	: Deutsch als Fremdsprache
d. h.	: das heißt
ebd.	: ebenda
et al.	: et alii (und andere)
f.	: die angegebene und die folgende Seite
Hrsg.	: Herausgeber
MALL	: Mobile Assisted Language Learning
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
o. ä.	: oder ähnlich
S.	: Seite
u. ä.	: und ähnlich
usw.	: und so weiter
z. B.	: zum Beispiel
zit. nach	: zitiert nach

Kapitel I

Einleitung

1.Einführung

Seit Jahrhunderten strebt die Technologie danach, den Wünschen und Bedürfnissen der Menschheit entgegenzukommen. Die Erfindung des Internets und der damit resultierende Fortschritt in diesem Bereich brachten viele Neuigkeiten in unser Leben. Mit jeder Neuigkeit schreitet die Menschheit in eine neue Phase des Internetgebrauches. Auch für die Bildung wurde das große Potenzial des Internets erkannt und auf verschiedene Art und Weise benutzt. In Bezug auf das Fremdsprachenlernen ist die Internetnutzung eine bekannte Tatsache. Begriffe wie, „Computer Assisted Language Learning“ (CALL) und „Mobile Assisted Language Learning“ (MALL) werden seit einigen Jahren intensiv untersucht und eingesetzt. In Anbetracht der Tatsache, dass das Internet eine große Reichweite hat, sollte man auch im Klaren sein, dass die sozialen Medien unbestritten ein gleiches dermaßen großes Potenzial an ständiger Entwicklung und Reichweite haben. Mit diesem Bewusstsein sollte man dieses Potenzial für Bildungszwecke benutzen.

Ein weiterer wichtiger Punkt für die sozialen Medien ist die altersabhängige Benutzung. Mit der Verbreitung des Internets hat sich der Umgang mit den sozialen Medien durch die Jugendlichen geändert. Man spricht von den „Digital Natives“. Dies sind Personen, die mit der neuen Technik und deren Fortschritt aufgewachsen sind. Im Gegensatz zur älteren Generationen können sie sich auf den technischen Fortschritt viel schneller adaptieren und ihn besser nutzen. Ihr Umgang mit der Technik und der dazu gehörigen Medien ist ein natürlicher Bestandteil ihres Lebens, da sie ein Leben ohne nicht kennen.

In diesem Zusammenhang soll in dieser Arbeit versucht werden, die eventuellen Potenziale der sozialen Medien für den DaF-Unterricht darzustellen. Die Förderung der sprachlichen Fertigkeiten mit sozialen Medien, der Einblick in die Lernerautonomie durch die

sozialen Medien, Meinungen der Studierenden für den Einsatz in Lehrveranstaltungen und Eindrücke der Studierenden für den möglichen Einsatz in der eigenen Unterrichtstätigkeit werden detailliert behandelt. Inwiefern sind die „Digital Natives“ mit den sozialen Medien im Unterricht vertraut? Können sie ihr digitales Wissen auch im Studium adaptieren? Obwohl sie mit den technischen Fortschritten vertraut sind, ist es wichtig die Technik gerecht dem didaktischen Sinne im Unterricht zu verwenden. Hierbei bedarf es sicherlich einer guten Ausbildung oder Weiterbildung der Lehrkräfte im Bereich Mediendidaktik. Auch die Studierenden müssen im Bereich der Mediendidaktik geschult werden, da die Nutzung der neuen Techniken in ihrer späteren Unterrichtstätigkeit unumstritten ist. Der theoretische Rahmen für diese Arbeit basiert auf dem Konstruktivismus. Der konstruktivistische Lernansatz trägt im positiven Sinne dem Lernen mit sozialen Medien bei. Durch den Aufbau und die Art der sozialen Medien werden die Autonomie und auch die Kollaboration der Lernenden gefördert.

1.1 Ziel der Arbeit. In der vorliegenden Arbeit soll untersucht werden, ob der Einsatz von sozialen Medien, insbesondere YouTube-Videos in deutscher Sprache für das Fremdsprachenlernen einen Beitrag leisten. Außerdem soll beantwortet werden, ob sich die angehenden Deutschlehramtstudierenden den möglichen Einsatz von sozialen Medien in ihrer späteren Unterrichtstätigkeit vorstellen können.

Mit diesem Ziel sollen folgende Forschungsfragen in dieser Arbeit versucht beantwortet zu werden:

1a) Mit welchen Absichten benutzen die DaF-Studierenden soziale Medien, insbesondere YouTube-Videos in deutscher Sprache?

1b) Inwieweit trägt diese Nutzung zu ihrem impliziten Deutschlernen bei?

2) Welche sprachlichen Grundfertigkeiten und Teilfertigkeiten werden aus der Sicht der Studierenden durch Einsatz von den YouTube-Videos gefördert?

3) Inwiefern können YouTube-Videos das autonome Lernen der Studierenden im positiven Sinne beeinflussen?

4) Wie wird der mögliche Einsatz von YouTube-Videos in universitären Lehrveranstaltungen von den Studierenden bewertet?

5) Welche Meinungen haben die Studierenden zum möglichen Einsatz von YouTube-Videos in ihrer späteren Unterrichtstätigkeit?

1.2 Aufbau der Arbeit. Die vorliegende Arbeit wurde in einen theoretischen und empirischen Teil aufgeteilt und besteht aus insgesamt sieben Kapiteln. Der theoretische Teil umfasst die Definitionen der sozialen Medien, die sozialen Medien im Unterricht, die Rolle der sozialen Medien im Fremdsprachenerwerb und den Forschungsstand zu diesen Themen. Der empirische Teil besteht aus dem Datensammelungsprozess mit den Datenerhebungsinstrumenten und der Datenanalyse.

Im ersten Kapitel werden nach der Einleitung das Ziel und die Bedeutung der Arbeit dargestellt. Die Forschungsfragen zur der Arbeit werden auch in diesem Kapitel aufgeführt.

Das zweite Kapitel ist der theoretische Rahmen dieser Arbeit. In diesem Teil werden die theoretischen Grundlagen der Forschung erläutert. Als erstes wird das Schlagwort „soziale Medien“ definiert und die Entwicklung und Eigenschaften beschrieben. Die Unterkategorien der sozialen Medien werden kurz aufgegriffen und dargestellt.

Im anschließenden dritten Kapitel werden der Einsatz und die Bedeutung der sozialen Medien im Unterricht geschildert. Die Rolle der sozialen Medien im Fremdsprachenerwerb

wird aufgegriffen und mit den Vorteilen und Nachteilen erläutert. Die vorhandenen Publikationen zu diesem Thema werden dafür zur Hilfe gezogen.

Das vierte Kapitel betrachtet YouTube als ein Forschungsgegenstand und erläutert die Charakteristika der Lehr- und Lernvideos. Außerdem wird in diesem Kapitel YouTube als ein Lernmittel im Fremdsprachenunterricht näher beleuchtet.

Das fünfte Kapitel befasst sich mit den forschungsmethodologischen Überlegungen. Die Anlage der empirischen Untersuchung, die Methode und der Beispielkanal auf YouTube werden in diesem Kapitel vorgestellt.

Das sechste Kapitel umfasst die Untersuchungsergebnisse des empirischen Teils dieser Arbeit. Die Forschungsergebnisse werden mit Rückblick auf die Forschungsfragen dargestellt und anschließend werden die Fragen beantwortet.

Das letzte Kapitel dieser Arbeit ist ein Ausblick und beinhaltet das Schlusswort und Implikationen für den Unterricht.

Kapitel II

Begriffsklärung

2. Soziale Medien

Folgend wird der Begriff Soziale Medien definiert, die Entwicklung wird dargestellt, die Eigenschaften werden erläutert und die Unterkategorien beschrieben.

2.1 Definition. Der Begriff Web 2.0 wurde zum ersten Mal 2009 von Tim O'Reilly und MediaLive International auf einer Web Konferenz benutzt, auf welcher die Entwicklung des Webs und deren Zukunft besprochen wurden. Der Begriff Web 2.0 ist keine neue Art der Technologie oder eine neue Anwendung. Es ist einfach nur eine andere Nutzung des Internets aus sozialer und technischer Hinsicht. Das Web 2.0 ist eine Evolutionsstufe in der Entwicklung des World Wide Webs. Die Informationen werden nicht nur rein über Internetseiten verbreitet, sondern die Beteiligung der Nutzer/innen steht im Vordergrund. Man spricht von nutzergenerierten Inhalten, d.h. von den/der Nutzern/innen erstellten Inhalten (O'Reilly, 2009)

Der Begriff „Social Media (Soziale Medien)“ wird im Duden Lexikon wie folgt definiert „Gesamtheit der digitalen Technologien und Medien wie Weblogs, Wikis, soziale Netzwerke u. Ä., über die Nutzerinnen und Nutzer miteinander kommunizieren und Inhalte austauschen können“ (Duden, 2019, S.1654). Dieser Oberbegriff wird für Medien benutzt, die von Nutzenden erstellt und im Internet geteilt wurden, die sogenannten nutzergenerierten Inhalte. Mit Hilfe der sozialen Medien sind die Nutzer/innen in der Lage ihre Erfahrungen, Meinungen und ihr Wissen über bestimmte Themen zu veröffentlichen und mit anderen auszutauschen. Soziale Medien sind sozusagen eine Sammlung von Informationen, sowohl objektive wie subjektive.

2.2 Entwicklung. Tim O'Reilly definiert den Unterschied von Web 1.0 und Web 2.0 wie folgt in der Tabelle.

Tabelle 1

Der Vergleich von Web 1.0 und Web 2.0

Web 1.0	→	Web 2.0
DoubleClick	→	Google Adsense
Ofoto	→	Flickr
Britannicaonline	→	Wikipedia
Personal websites	→	Blogging
Domain name	→	Search engine
Publishing	→	Participation

(O'Reilly, 2009, S.4)

In Anlehnung an die oben aufgeführte Tabelle, kann man die Unterschiede zwischen Web 1.0 und Web 2.0 deutlich sehen. Während in den Web 1.0 Technologien statische Werbebanner (DoubleClick) benutzt wurden, werden in den Web 2.0 Technologien durch Google Adsense Werbebanner angezeigt, die mit dem Webseiteninhalt verbunden sind. In Web 1.0 konnte man mit Ofoto Photos für den eigenen Gebrauch speichern, jedoch kann man mit Web 2.0 Medien wie Flickr Photos mit Millionen teilen. In Web 1.0 konnte man z.B. auf Britannicaonline Informationen von Enzyklopädien lesen, mit Web 2.0 Technologien kann man die Informationen selbst erstellen und kooperativ mit anderen zusammen arbeiten. Während man auf Web 1.0 persönliche Webseiten erstellte, kann man mit Web 2.0 Blogs erstellen und durch Kommentarfunktionen mit anderen Benutzern/innen in Verbindung treten. Wobei vorher einen guten Domainnamen auszusuchen wichtig war, ist derzeit durch

Optimierungen für Suchmaschinen der Domainname nicht mehr ausschlaggebend, um von Benutzer/innen gefunden zu werden. Ein anderer wesentlicher Unterschied ist, dass man vorher nur Veröffentlichungen (Publishing) machen konnte, jedoch ist mit Web 2.0 die aktive Teilnahme (Participation) möglich.

Der Unterschied zwischen Web 1.0 und Web 2.0 liegt in der Benutzung. Durch Web 2.0 ist der/die Benutzer/in in die Internetwelt viel mehr integriert und kann selbst mit eigenen Beiträgen mitwirken. Die Nutzer/innen können eigene Inhalte produzieren und mit anderen teilen. Web 2.0 kann man auch als Soziale Medien oder das Mitmach-Web bezeichnen. Soziale Medien haben verschiedene Unterkategorien wie soziale Netzwerke, Wikis und Blogs. Nähere Informationen zu den Unterkategorien werden im Kapitel 2.4 gegeben.

Die Weiterführung von Web 2.0 wird Web 3.0, das sogenannte Semantik-Web und Web 4.0 werden. Im Web 3.0 werden die Inhalte so konzipiert, dass die Computer die Inhalte nicht nur verstehen, sondern auch mit ähnlichen Bedeutungen zusammen bringen können. Das Web 4.0, welches auch als symbiotisches Web bezeichnet wird, soll eine Weiterführung mit künstlicher Intelligenz werden. Hier ist auch die Vernetzung von anderen Alltagsgegenständen wie z.B. Kühlschränke, Licht, Jalousien, usw. möglich. (Aghaei et al., 2012)

2.3 Eigenschaften. Der Begriff Soziale Medien hat sich in den vergangenen Jahren in unserem Leben etabliert und ist nun in aller Munde. Da die sozialen Medien sich von Tag zu Tag weiter entwickeln, kontinuierlich neue Möglichkeiten zur Nutzung integriert werden und die Benutzer/innenzahlen jedes Jahr steigen, kann man davon ausgehen, dass auch die Forschung dieses Medium unter die Lupe nehmen wird, um positive praxisrelevante Vorschläge zu liefern.

Die sozialen Medien weisen einige Eigenschaften auf. Nach Mayfield (2008, S.5) sind diese Eigenschaften wie folgend,

Teilnahme: Soziale Medien heben die Distanz zwischen den Zuschauern/innen, Zuhörern/innen und Medien auf, indem sie den Nutzern/innen die aktive Teilnahme und Rückmeldung anregen.

Offenheit: Die meisten der sozialen Medien sind für die Nutzung und Rückmeldung offen. Sie bieten die Möglichkeit um Kommentare zu geben und Informationen zu teilen. Es gibt wenige Hindernisse für die Nutzung der sozialen Medien.

Konversation: Während die traditionellen Medien den Inhalt ihren Zuhörern/innen, Zuschauern/innen oder Lesern/innen nur einseitig wiedergeben können, bereiten die sozialen Medien durch die Rückmeldung und der Kommentare eine Basis für die zweiseitige Kommunikation.

Gemeinschaften: Benutzer/innen, die in sozialen Medien Gemeinschaften bilden, sind effektiv um Beziehungen untereinander zu knüpfen. Sie teilen in derselben Gemeinschaft Fotos, politische Themen, die sie interessiert oder Lieblingsfernsehsendungen.

Konnektivität und eine Online-Kultur bilden: Die Entwicklung von sozialen Medien ist abhängig durch die Verbindung von anderen Webseiten, Ressourcen und Menschen. In den sozialen Medien geht es mehr um die Soziologie als um die Technologie (Mayfield, 2008, zit. nach Zafarmand, 2010, S.10). Die sozialen Medien bieten eine Möglichkeit sozial in den Netzen zu agieren, welches wiederum dazu führt, dass jedes benutzte Medium seine eigene Online-Kultur hat. Die Nutzer/innen, die in diesen Medien vertreten sind, halten sich auch an die Regeln der Online-Kultur, wie es auch im eigenen sozialen Leben der Fall ist.

Zafarmand (2010, S.10f.) fügt folgende Eigenschaften hinzu,

Inhalte in den Medien erstellen: Die Benutzer/innen der sozialen Medien sind in der Lage eigene Inhalte, wie Videos, Tonaufnahmen, usw. zu produzieren und diese je nach Wahl für jede/n oder einer geschlossenen Gruppe öffentlich zu stellen.

Neue Influencer bilden: Einige Benutzer/innen der sozialen Medien bilden eine neue Schicht in der Gesellschaft. Sie sind Influencer und haben das Vertrauen anderer Personen gewonnen. Sie werden von Einigen in der Gesellschaft wie Prominente, Professionelle oder Politiker/innen gesehen.

Nach Öztürk und Talas (2015) weisen soziale Medien auch andere Eigenschaften auf wie,

Ungebundenheit: Die Benutzer/innen sind weder Ort noch Zeit verbunden. Die Nutzung der sozialen Medien kann jederzeit von jedem Ort stattfinden, soweit ein elektronisches Gerät mit einer Internetverbindung vorhanden ist.

Kommunikation: Die sozialen Medien sind eine Kommunikationsart. Sie bieten ihren Benutzern/innen die Möglichkeit untereinander zu kommunizieren.

Kompatibilität: Die sozialen Medien sind heutzutage so entwickelt wurden, dass sie mit mobilen Plattformen kompatibel sind. Die meisten Formen der sozialen Medien haben eine Applikation für den Smartphone.

Posting & Diskussion: Die sozialen Medien haben eine neue Umgebung für Kommunikation geschaffen. Die Nutzer/innen können durch das Teilen von Informationen oder durch das Kommentieren mit anderen in Kontakt treten und können somit in der neuen Kommunikationsumwelt mitwirken.

2.4 Unterkategorien. Wie schon vorher erwähnt, sind soziale Medien ein Überbegriff. Wenn im Alltag von sozialen Medien gesprochen wird, fallen den meisten

Menschen Begriffe wie Facebook, Twitter und dergleichen ein. Jedoch gibt es verschiedene Medien, die man in einige Unterkategorien zusammenfassen kann. Die Übersicht der einzelnen Kategorien ist in den nächsten Punkten aufgeführt.

2.4.1 Soziale Netzwerke. Die Entstehung der sozialen Netzwerke ist im gleichen Zeitpunkt wie die des Web 2.0. Auf sozialen Netzwerken können die Nutzer/innen mit den gleichen Interessen, Bekannten und Freunden sich digital vernetzen und Informationen miteinander austauschen (Holmes, 2015). Typische Beispiele für soziale Netzwerke sind Facebook, XING und LinkedIn.

2.4.2 Wikis. Wikis sind Webseiten, die eigentlich Enzyklopädien ähnlich sind. Jedoch können sie nicht nur online gelesen werden, sondern gleichzeitig von den Nutzer/innen bearbeitet werden. Die Einträge können durch Formulare problemlos für jede/n zugänglich onlinegestellt werden (Hettler, 2010). Wikipedia ist das meist bekannte Wiki.

2.4.3 Weblogs. Blogs sind einfach bedienbare online Medien, in der die Nutzer/innen Schriften von ihren persönlichen Gedanken oder Themen, die sie interessiert veröffentlichen können. Sie ähneln Tagebüchern. Weblogs können privat oder geschäftlich genutzt werden (Holmes, 2015)

2.4.4 Microblogs. Microblogs sind Medien mit denen die Nutzer/innen kurze Textnachrichten veröffentlichen und mit anderen teilen können. Diese Textnachrichten dürfen eine bestimmte Anzahl von Unicode-Zeichen haben. Diese beträgt im Durchschnitt 200 Zeichen. Je nach den Benutzer/innen definierten Einstellungen sind diese Nachrichten für jede/n sichtbar oder sie sind nur für bestimmte Personen erreichbar. Beispiele für Microblogs sind Twitter und Tumblr (Holmes, 2015).

2.4.5 Foren. Durch Foren haben die Nutzer/innen die Möglichkeit Meinungen, Gedanken und Erfahrungen zu bestimmten Themen auszutauschen. Die Nutzer/innen können

die Beiträge erstellen, diskutieren, beantworten und lesen. Es gibt nahezu in jedem Themenbereich ein Forum, in denen man Expertenbeiträge finden kann (Mayfield, 2008).

2.4.6 Video-Sharing-Portale. Video-Sharing-Portale sind Portale, in denen der/die Nutzer/innen Videos privat oder öffentlich hochladen und teilen kann. YouTube, vimeo, MyVideo und auch Instagram sind Beispiele für solche Portale (Holmes, 2015).

2.4.7 Photo-Sharing-Portale. Photo-Sharing-Portale sind Portale, in denen der/die Nutzer/innen eigene Photos privat oder öffentlich hochladen und teilen kann (Hettler, 2010). Pinterest, Instagram, flickr und Picasa sind Beispiele für solche Portale.

2.4.8 Music-Sharing-Portale. Music-Sharing-Portale sind Portale in denen die Nutzer/innen Musik hören und auch eigene Musiklisten kreieren können (Hettler, 2010). Ein Beispiel ist last.fm

2.4.9 Document-Sharing-Portale. Document-Sharing-Portale sind Portale in denen der/die Nutzer/in eigene Dokumente hochladen und mit anderen Nutzern/innen teilen kann (Gutting, 2020). Beispiele für solche Portale sind slideshare und Scribd.

2.4.10 Social-Bookmark-Portale. Social Bookmark Portale sind online Lesezeichen, die man nicht auf den eigenen Browser speichert, sondern in einem bestimmten Online-Portal. Die Nutzer/innen können selbst entscheiden, welche Lesezeichen den anderen Nutzer/innen sichtbar sein soll. Die gespeicherten Lesezeichen führen zu bestimmten Webseiten (Hettler, 2010). Mister Wong, delicious und Digg sind einige Beispiele für solche Portale.

2.4.11 Bewertungsportale. Bewertungsportale sind Portale in denen die Benutzer/innen ihre subjektiven Meinungen über ein Produkt, Geschäft oder eine Dienstleistung mit anderen Nutzern/innen teilen können (Holmes, 2015). Idealo, Yelp, ciao! sind Beispiele für solche Bewertungsportale.

2.4.12 Auskunftsportale. Auskunftsportale sind Portale, in denen die Nutzer/innen nach Informationen über bestimmte Themen fragen können. Manche Auskunftsportale bieten ihren Nutzer/innen auch die Möglichkeit Antworten zu den gestellten Fragen zu geben (Gutting, 2020) Wer-weiss-was oder gutefrage.net sind Beispiele für Auskunftsportale

Kapitel III

Theoretischer Teil

3. Soziale Medien im Unterricht

Wir leben in einer Ära, in der sich die Technologie von Tag zu Tag verändert und verbessert. Einiges ist aus unserem Arbeits- und Lebensalltag nicht mehr wegzudenken. Wenn man sich seinen eigenen Tag näher betrachtet, kann man sehen wie oft man Sofortnachrichten benutzt oder nach einem Thema oder sogar nach einer Telefonnummer googelt. Der Internetzugang und die Smartphones haben sich in unser Leben dermaßen integriert, dass wir uns ein Leben ohne sie nicht mehr vorstellen können. Die Benutzung der sozialen Medien ist einfach und günstig. Eine Internetverbindung ist ausreichend, um jederzeit aus allen Orten Zugang zu erlangen.

Die Zahl der Benutzer/innen ist in den letzten Jahren enorm gestiegen. Nach den statistischen Daten der Digital 2019 gab es im Januar 2019 in der Türkei 59,36 Millionen Internetnutzer/innen. Davon sind 52 Millionen aktive soziale Mediennutzer/innen. Diese aktiven Nutzer/innen machen 63% der Gesamtbevölkerung aus. Die Zahl der aktiven soziale Medienbenutzer/innen ist zwischen Januar 2018 – Januar 2019 um 2% gestiegen. Der tägliche Gebrauch von sozialen Medien liegt im Durchschnitt bei 2 Std. und 46 Min. 98% gaben an, ein soziales Netzwerk oder eine Sofortnachrichtenservice im letzten Monat benutzt zu haben. Die meist benutzten fünf sozialen Medien sind folgend: YouTube, Instagram, Whatsapp, Facebook und Twitter. 18-24 Jährige machen 24%, 25-30 Jährige machen 33% der sozialen Mediennutzer/innen aus. Aus diesen Daten kann man sagen, dass 57% der gesamten soziale Mediennutzern/innen zwischen 18-30 Jahren alt sind. (We are social & Hootsuite, 2019). Für die vorliegende Untersuchung ist dieser Altersdurchschnitt relevant.

3.1 Soziale Medien im Fremdsprachenunterricht. Die Vorstellung des Einsatzes von sozialen Medien im Unterricht, besonders im Fremdsprachenunterricht, ist durchaus angebracht. Soziale Medien könnten sich fördernd auf den Lernprozess auswirken. Jedoch sollte beachtet werden, dass die sozialen Medien nicht einfach wie sie im Alltag benutzt werden im Unterricht verwendet werden können. Die verschiedenen Formen der sozialen Medien bieten Möglichkeiten an, unterschiedliche Fertigkeiten der Lernenden zu fördern. Die Lernenden können ihr Verstehen, Hören, Lesen und Schreiben verbessern. Da die Authentizität für das Sprachenlernen in Acht gezogen werden muss (Pihkala-Posti, 2012, S.118), bieten soziale Medien eine gute Möglichkeit sich in authentischen Situationen zu befinden. Weil die sozialen Medien derzeit einer der beliebtesten Freizeitaktivitäten sind (Pihkala-Posti, 2012, S.118), sollte man eine mögliche Didaktisierung für den Fremdsprachenunterricht in Betracht ziehen. Barberi et al. (2016) schreiben über die YouTube-Kanäle wie folgt,

(...)Dabei ist all diesen Kanälen eine enge Kooperation oder Interaktion mit dem Publikum gemein. Und eben diese Charakteristika sind es, die eine medienpädagogische Arbeit mit diesen Formaten im Sprachunterricht ermöglichen. Denn was im Lehrplan im Sinne der Ausbildung einer Schreibkompetenz verankert ist, könnte durch die multimediale Ausgestaltung von Videos in den mündlichen Bereich des Fremdsprachenunterrichts transferiert werden, wenn eine sorgfältige medienpädagogische Didaktisierung erreicht wird (S.3).

Wie schon oben erwähnt ist YouTube das meistgenutzte soziale Medium. Die Nutzer/innen können nicht nur Videos anschauen, sondern selber welche erstellen oder durch kommentieren Interaktionen mit anderen begeben. Nach Höfler (2016) sehen die Jugendlichen YouTube als einen zentralen Informationskanal an. Rüschoff (2009) betont die Nutzungspotentiale des „Mitmach-Webs“ im Sprachenlernen und zwar die Dynamik der

Nutzung und die damit verbundenen erweiterten Impulse zur kognitiven Reflexion und gesteigerten Anreize zur Kommunikation und Kooperation. Das Schlüsselwort in den sozialen Medien ist das Soziale. Diese Kooperation kann durchaus auch auf das kollaborative Schreiben beitragen und sich positiv auf die erwarteten quantitativen und qualitativen Effekte im Schreibprozess auswirken (Pennington 1999, zit.nach Rüschoff 2009, S.176). Nach Brückner (2011) wird das internetbasierte Lernen den „traditionellen“ Unterricht nicht ersetzen, jedoch diesen bereichern und auch steigern.

3.2 Die Rolle der sozialen Medien beim Fremdsprachenlernen. Das Wachstum neuer Medien war auch ein Ansporn für die Fremdsprachenforschung. Immer mehr beschäftigte sich die Forschung für den Einsatz neuer Medien im Fremdsprachenunterricht. Es wurde versucht die neuesten technischen Entwicklungen in den Unterricht zu integrieren. Am Anfang wurden die Lernziele nicht definiert, man ging davon aus, dass die neuen Medien in sich selbst eine Methode zeigen und somit die Lernziele selbst definieren. Nunmehr ist die Forschung viel kritischer geworden. Der Sinn und Zweck vom Einsatz neuer Medien und auch die Methoden, Lernziele, Bewertung und Planung wird hinterfragt (Schütze, 2010). Medienpädagogik und Mediendidaktik sind für die Forschung von großer Bedeutung und spielen eine aktive Rolle im Einsatz von Neuen Medien.

3.2.1 Vorteile. Wenn die sozialen Medien und der Unterricht genauer betrachtet werden, kann man einige Vorteile nennen. So nach Lepi (2012) zit.nach Toğay et al. (2013, S.29) haben soziale Medien Eigenschaften für die Förderung der Kommunikation zwischen Schüler/innen und Lehrer/innen, Teilnahme erhöhende Eigenschaften, Peer-Learning-Stärkende Eigenschaften und bilden eine Basis für ein kooperatives Lernen. Außerdem bieten die sozialen Medien eine reiche Auswahl an Text, Videos, Höraufnahmen und ähnlichen Materialien, um den Lernprozess der Lernenden zu fördern und um die Lehrenden im Bewertungsprozess zu unterstützen (Pollara & Zhu, 2011; zit.nach Toğay et.al 2013, S.29).

Außerdem nennen Toğay et al. (2013) als Vorteil, dass die Lernenden und Lehrenden eine Gemeinschaft für pädagogische Zwecke auf sozialen Medien bilden können, um Informationen auszutauschen, zu kommunizieren und Feedback zu erhalten.

Tapscott und Williams (2007), zit. nach Sträfling und Krämer (2013, S.410) betonen den gemeinsamen Wissensaustausch der Benutzer/innen. Die sozialen Medien bieten eine gute Möglichkeit gemeinsam zu arbeiten, zu lernen und auch Wissen auszutauschen. Infolgedessen kann die Nutzung der sozialen Medien als wünschenswert betrachtet werden, da der Lernaustausch durch das Medium erleichtert wird und die Leistung der Lernenden gesteigert werden kann.

Ein weiterer wichtiger Vorteil ist die Orts- und Zeitunabhängigkeit des Internetzugangs und somit auch die Nutzung der sozialen Medien. Insbesondere durch den Anstieg des Smartphonegebrauchs sind die Benutzer/innen in der Lage das unbegrenzte Wissenspool jeden Augenblick im Alltag zu nutzen, sofern ein Internetzugang zur Verfügung steht (Sträfling & Krämer, 2013).

Die Verbreitung von Informationen ist sehr einfach und für jeden zugänglich (ebd., 2013). Die Nutzerfreundlichkeit und das kostengünstige Anbieten unterstützen diesen Vorteil der sozialen Medien.

Nach einer Studie zur sozialen Netzwerkseiten von Jadin (2012) wurde festgestellt, dass nicht nur aktive Personen innerhalb einer Gruppe die Inhalte konsumieren, sondern auch stille Teilhabende von Inhalten profitieren.

Auch McKenna et al. (2002), zit. nach Sträfling und Krämer stellten fest, dass schüchterne bzw. sozial ängstliche Personen eher auf sozialen Medien kommunizieren, als im direkten Gegenüber.

3.2.2 Nachteile. Jedoch angesichts einiger Wissenschaftler haben das Internet und somit auch die sozialen Medien Nachteile im Lernprozess. Laut Greenfield (2009), zit. nach Pihkala-Posti (2012, S.116) erhöht das Internet zwar das räumlich-visuelle Denken, aber vernachlässigt dabei höhere kognitive Prozesse wie „ das Arbeiten mit abstraktem Wortschatz, Aufmerksamkeit, Konzentration, induktive Problemlösung, kritisches Denken und Phantasie“.

Nach Pihkala-Posti (2012) fällt es vielen Schüler/innen schwer sich für weitere Fremdsprachen zu interessieren, als die Weltsprache Englisch.

Die Verbreitung von falschen Informationen kann leider nicht ausgeschlossen werden. Eine Möglichkeit um dies zu vermeiden wäre die Nutzung von sicheren Quellen oder die Informationen zu prüfen, wenn ein Verdacht bestehen sollte.

3.3 Konstruktivismus als Lernansatz für das Lernen mit sozialen Medien.

„Konstruktivismus bezeichnet lerntheoretische und erkenntnistheoretische Positionen, die insgesamt vom Konstruktcharakter der Wirklichkeit ausgehen und die Lernen, Verstehen und Erkennen als Konstruktionsprozesse begreifen“ (Surkamp, 2017, S.169). Die Individualität der Lernenden wird betont. Die Lernenden sind aktiv und das Lernen hängt vom Vorwissen, Motivation und Erfahrungen ab. Das Beobachten, Entdecken und das eigene Ausprobieren ist ausschlaggebend in dieser Theorie, deswegen muss die Selbstorganisation gefördert werden. Die Lernenden konstruieren neues Wissen, indem das vorhandene Wissen zu Hilfe gezogen wird, somit wird das neu erworbene in das bisherige integriert. Durchaus ist es angebracht zu sagen, dass die Menschen diese Konstruktion autonom mittels ihres Vorwissens durchführen. Während dem Lernprozess schaffen die Lernenden ihre individuelle Darstellung der Wirklichkeit. Das Gelernte hängt von dem Lernenden selbst und seinen Erfahrungen ab.

Wenn man von Konstruktivismus spricht, wird zwischen den epistemischen, sozialen und erkenntnistheoretischen bzw. radikalen Konstruktivismus unterschieden. Piaget und seine Nachfolger/innen in der Genfer Schule sind die Hauptvertreter/innen des epistemischen Konstruktivismus. Sie sind der Ansicht, dass der Wissenserwerb eine konstruktive Handlung ist, die die Assimilations- und Akkomodationsprozesse notwendig macht. Diese Konstruktionsprozesse leiten die Kinder in der Entwicklung nicht nur zum neuen Wissen, sondern auch zu neuen Denkverfahren an. Somit werden das deklarative und auch das prozedurale Wissen erweitert. (Wolff, 2002)

Der radikale Konstruktivismus geht von der subjektiven Realität aus, die jedes Individuum für sich selbst konstruiert. Diese subjektive Realität erfolgt abhängig von den Erfahrungen des Einzelnen. Nach dem radikalen Konstruktivismus existiert keine objektive Realität. Die wichtigsten Vertreter des radikalen Konstruktivismus sind Maturana und Varela (Wolff, 2002).

Der soziale Konstruktivismus, dessen Hauptvertreter Vygotsky ist, betrachtet ähnlich wie der epistemische Konstruktivismus das Lernen als einen autonomen, selbstgesteuerten und selbstverantwortlichen Prozess. Jedoch betont er diesen als einen sozialen und von der Umgebung abhängigen Prozess. Das Lernen ist nur durch den Austausch mit anderen Personen im sozialen Umfeld möglich (Wolff, 2002).

Im Hinblick auf die sozialen Medien kann der soziale Konstruktivismus durchaus herangezogen werden, da die sozialen Medien durch ihre Eigenschaften zum konstruktivistischen Lernen im positiven Sinne beitragen können. Soziale Medien bieten den Lernenden eine Möglichkeit die Sprache in authentischen Situationen zu erleben. Auch der autonome, selbstgesteuerte Prozess wird durch die sozialen Medien gefördert. Im Konstruktivismus stehen die Lernenden im Mittelpunkt. Die Lehrenden sind nur Wegweiser,

die die Lernenden auf ihrem Lernweg begleiten und ihnen durch Hilfestellungen und Anregungen beistehen. In konstruktivistischen Lernsituationen müssen die Lernenden die Verantwortung für das eigene Lernen tragen. Sie müssen autonom lernen können und auch eine aktive Teilnahme zeigen, d.h. sie müssen auch sozial sein und mit anderen zusammenarbeiten können. Soziale Medien bieten verschiedene Möglichkeiten um kollaborative Zusammenarbeit zu gewährleisten.

McLoughin und Lee (2008) betonen, dass die Technologie sich schnell ausbreitet, deswegen sollte aufgrund der Ort-Zeitunabhängigkeit und der Konnektivitätsmöglichkeit der Unterrichtsumfang durch die aktive und inhaltsproduzierende Teilnahme der Lernenden ausgebreitet werden. Außerdem können die sozialen Medien als pädagogische Hilfsmittel diverse Vorteile in der Unterrichtstätigkeit liefern.

Ajjan und Hartshone (2008) bringen hervor, dass soziale Medien wie Blogs, Wikis und Podcasts die aktive und soziale Teilnahme fördern und somit eine gute Voraussetzung für die kollaborative Zusammenarbeit sind.

Nach Öztürk und Talas (2015) bietet die Integration der sozialen Medien im Bildungsumfeld eine gute Möglichkeit die Kommunikation zwischen Lernenden und Lehrenden zu stärken und sich besser kennenzulernen.

Angesichts der Forschungen zu sozialen Medien für Bildungszwecke kann gesagt werden, dass die sozialen Medien auf konstruktivistischen Lerntheorien beruhen und durch ihren Einsatz im Unterricht die konstruktivistische Auffassung gewährleistet wird. Die Integration der sozialen Medien könnte eine gute Bereicherung für den konstruktivistischen Unterricht sein.

3.4 Selbstgesteuertes Lernen mit sozialen Medien.

3.4.1 Motivation. Im Metzler Lexikon Fremdsprachendidaktik (Surkamp, 2017, S.254) wird Motivation wie folgend definiert. „Motivation ist ein affektiver Faktor, eine Schlüsselvariable, ein multidimensionales und dynamisches Konstrukt der Fremdsprachendidaktik, das sich aus einer Reihe vernetzter Komponenten speist“. Diese Komponenten sind folgend,

- Einstellung zur L2
- Einstellung zur Kultur
- Erfahrungen beim Lernen der L2
- Gestaltung des Lernortes
- Wahl der Themen
- soziale Beziehungen im Klassenzimmer
- Persönlichkeit und Kompetenz der Lehrkraft
- Misserfolge (im Klassenzimmer und/oder beim Erlernen anderer Sprachen)
- Kontakte mit Sprecher/innen der Zielsprache (Surkamp, 2017)

Wenn von Motivation gesprochen wird, kann man zwischen extrinsischer und intrinsischer Motivation unterscheiden. Neue Medien bieten eine Möglichkeit für extrinsische Motivation. Der Reiz des neuen Mediums spielt eine bedeutende Rolle für das Lernen (Schütze, 2010). Jedoch wird auf die intrinsische Motivation mehr Wert gelegt, da sie auf Dauer langanhaltender ist. Deci und Ryan haben grundlegende Untersuchungen zu Motivation durchgeführt und stellten fest, dass drei Grundbedürfnisse für die Motivation wichtig sind. Erstens „Kompetenzerfahrung“, d.h. die Lerner brauchen das Gefühl einer Aufgabe gewachsen zu sein. Zweitens „soziale Zugehörigkeit“, d.h. die Lerner haben das Bedürfnis nach Anerkennung für ihre Leistungen und als letztes „Autonomie“. Die Lerner

möchten selbstständige Entscheidungen treffen und Verantwortung übernehmen (Deci & Ryan 1985, 2002, zit. nach Schütze 2010, S.578).

„Die intrinsische Motivation ist immer sichtbar, wenn Neugier und Interesse der Schüler/innen ihr Lernen anregen. Wenn die pädagogische Umgebung optimale Herausforderungen, reiche Quellen der Anregung und ein Kontext der Autonomie bietet, kann motivierende Quelle des Lernens gedeihen.“ (Deci & Ryan, 1985, S.245) Demzufolge kann gesagt werden, dass die sozialen Medien so eingesetzt werden müssen, dass die Lernenden selbst Entscheidungen treffen müssen und auch Verantwortung übernehmen müssen. Dadurch wird die Lernerautonomie der Fremdsprachenlernenden angesprochen und somit die intrinsische Motivation gesichert. Um dies erreichen zu können, muss man die sozialen Medien vor dem Einsatz didaktisch durchdenken.

3.4.2 Lernerautonomie. Das autonome Lernen wurde 1979 von Henri Holec definiert. Die Lernerautonomie ist die Fähigkeit der Lernenden, das eigene Lernen selbst zu steuern. Holes Definition kann in fünf Bereiche gegliedert werden. 1. Lernende müssen ihre eigenen Lernziele festlegen. 2. Sie müssen die Inhalte und Progressionen definieren. 3. Entscheidungen für die Vorgehensweise fürs Lernen treffen. 4. Ihren eigenen Lernprozess überwachen. 5. Ihren eigenen Lernerfolg bewerten (Surkamp, 2017, S.14). Die wichtigste Voraussetzung für das autonome Lernen ist die Lernkompetenz. Die Lernenden müssen in der Lage sein eigenständig zu lernen. Deswegen sollten die Lernenden gefördert werden das Lernen zu lernen. Somit ist auch das lebenslange Lernen gesichert. Im traditionellen Klassenzimmer ist das autonome Lernen nicht realisierbar, da von außen zu viel eingegriffen wird. Lernziele werden durch ein Curricula festgelegt, auch die Lehrwerke grenzen die Lernenden ein.

In der Literatur gibt es einige Forschungen und Arbeiten zum Thema Lernerautonomie und den sozialen Medien. Nach Apeltauer und Şenyıldız (2015) gründet die Fähigkeit zum lebenslangen, selbstständigen und selbstverantwortlichen Lernen, also Lernerautonomie auf kognitiven und konstruktivistischen lerntheoretischen Konzepten. Die Untersuchung von Apeltauer und Şenyıldız (2015) an der Bursa Uludağ Universität, welches die Einstellungen der Studierenden zur Lernerautonomie untersucht, zeigt, dass die Studierenden die Fähigkeit zur Umsetzung der Lernerautonomie verfügen und diese in ihren Aktivitäten außerhalb des Studiums integrieren möchten, jedoch nicht immer wissen, wie sie dies umsetzen sollen. Ausgehend von dieser Äußerung der Studierenden könnten die YouTube-Videos eine gute Möglichkeit bieten das Wissen über die Lernerautonomie in der Freizeit umzusetzen.

Auch nach Öztürk und Talas (2015) fördern die sozialen Medien, wenn sie in geeigneter Form eingesetzt werden, die Lernerautonomie, die aktive Teilnahme und übertragen den Lernenden die Verantwortung des Lernens.

Nach McLoughlin und Lee (2008) schaffen soziale Medien, die in den Unterricht integriert wurden ein neues Lernumfeld, welches sozial konstruktivistische Lernansätze unterstützt und somit eine größere Möglichkeit für Lernerautonomie, Entscheidungsfreiheit und Personalisierung schafft.

Kapitel IV

YouTube

4. YouTube als Forschungsgegenstand

YouTube wurde 2005 von drei ehemaligen PayPal-Mitarbeitern als ein Videoarchiv gegründet. Nach kurzer Zeit wurde YouTube von Google aufgekauft und seither wuchs die Nutzer/innen-Zahl kontinuierlich an. YouTube gilt heutzutage als einer der meist benutzten Videoplattformen. Nach dem Bericht von We are social und Hootsuite wurde YouTube.com in 2019 die zweite meistbesuchte Internetseite auf der Welt nach Google.com. Die Zahlen für die Türkei zeigen ähnliche Tendenzen. Nach Google.com.tr und Google.com steht YouTube.com an dritter Stelle der meistbesuchten Internetseiten in der Türkei für das Jahr 2019. Unter den sozialen Medien ist YouTube die meistgenutzte soziale Medien Plattform (We are social & Hootsuite, 2019b)

YouTube kann man als verschiedene Formen beschreiben. YouTube ist eine Videosharing Plattform, eine soziale Medien Seite, ein Kommunikationsmittel, eine Plattform für das Teilen der Kreativität und auch eine Möglichkeit das eigene Privatleben, wie ein online Tagebuch zu filmen und mit anderen zu teilen.

YouTube hebt die Barrieren zwischen Konsumenten und Produzenten auf. Alle registrierten Nutzer/innen können Inhalte produzieren und hochladen oder konsumieren. Das Konsumieren der Videos ist auch ohne eine Registrierung möglich. Soweit man nicht rechtlich verstößt, kann jeder Inhalt hochgeladen und geteilt werden. Die Unabhängigkeit der Konsumenten/innen ist ein großer Vorteil. Sie können selbst entscheiden was, wann und wo sie etwas anschauen möchten. Sie sind ungebunden an Ort und Zeit. Dieser neue Nutzertyp wird auch nach Drotschmann (2010) als „Prosumer“ definiert. Dieser Begriff vereint somit Producer (Produzenten/innen) und Consumer (Konsumenten/innen).

Nach Umfragen über die Nutzungsmotive von YouTube wurden folgende Ergebnisse festgestellt (Ebel, 2018, S.6):

- Unterhaltung, Entspannung,
- Informationen allgemein,
- Recherchen zu bestimmten Themen,
- Teilen von Inhalten.

Ebel (ebd.) untersucht die YouTube-Videos aus der Sicht der Sprechwissenschaft, jedoch können für das Fremdsprachenlernen einige Punkte aus ihrer Untersuchung bedeutungsvoll werden. Ein wichtiger Punkt ist die Geschwindigkeitsregulierung der Videos. YouTube hat eine Funktion die Geschwindigkeit der Videos zu beschleunigen oder zu verlangsamen. Nutzer/innen, die YouTube mit der Absicht eine Sprache zu lernen benutzen, können somit die für sie am besten geeignete Geschwindigkeit einstellen. Entsprechend kann Jemand, der die Sprache im Original Tempo nicht deutlich verstehen kann, kann das Video verlangsamen und demzufolge das Sprachverstehen erhöhen.

Ein weiterer wichtiger Vorteil ist, die Möglichkeit vom freien Abspielen der Videos. Die Fremdsprachenlernenden können die YouTube-Videos beliebig oft anschauen, an unklaren Stellen das Video anhalten und gegebenenfalls erneut abspielen.

YouTube bietet außerdem eine automatische Untertitel-Funktion an. Die Nutzenden können diese Funktion beim Anschauen der Videos nach Belieben ein-oder ausschalten. Beim Hochladen der Videos können die Nutzenden die Untertitel selbst einfügen oder sie können die automatische Funktion von YouTube verwenden und die Untertitel werden von YouTube selbst eingefügt. Die Untertitel-Funktion bietet Vorteile für das Fremdsprachenlernen. Sie veranschaulichen das Gesprochene und können somit das Gehörte verständlicher machen.

4.1. Charakteristika der Lehr- und Lernvideos auf YouTube. YouTube-Videos sind audio-visuelle Dateien mit einem breiten Spektrum an Themen. Sie sind kostenlos und unbeschränkt nutzbar. Man hat die Möglichkeit so viele Videos hochzuladen oder anzuschauen wie man möchte ohne eine Zahlung zu machen. Die Auswahl an Videos ist sehr groß und man findet von Amateuraufnahmen bis hin zu Videos mit Spezialeffekten und Animationen, die professionellere Aufbereitung benötigen. Wenn man den Begriff „Deutsch lernen“ in der Suchzeile auf YouTube eingibt, bekommt man eine lange Liste an Videos aufgezeigt. Die Zahlen der Videos werden nicht angegeben. Die Videos stammen von verschiedenen YouTube-Kanälen ab. Sie variieren an Dauer, Themen, Sprachniveau und Kategorien, wie z.B. Animation, Tafelbild und authentische oder synthetische Situation.

Bei der Betrachtung der Lehr- und Lernvideos auf YouTube können einige Charakteristika festgestellt werden. Die Dauer der Videos ist variable. Manche Videos dauern nur einige Minuten, wobei sich andere auf eine Stunde und mehr hinausziehen können. Es gibt keine Einheit in der Dauer, aber die meisten Kanäle bevorzugen eine Einheit in sich selbst, d.h. die Dauer der Videos im selben Kanal ist im Durchschnitt gleich. Es wird versucht das Interesse der Zuschauer/innen zu wecken und aufrecht zu erhalten. Dafür wird meistens das Gesprochene mit Bildern unterstützt. Auch Animationen sind diesbezüglich nützliche Hilfen. Außerdem können bewegliche Bilder oder Animationen die visuelle Darstellung der Handlung viel besser herüber bringen als nur die auditiv. Durch die audio-visuelle Darstellung der Inhalte werden mehrere Sinne der Zuschauer/innen angesprochen.

4.2 YouTube als Lernmittel im Fremdsprachenunterricht. YouTube bietet eine breite Auswahl an Videos in verschiedenen Sprachen und Kategorien an. Die Auswahl und Vielfalt an Kategorien ist sehr groß. Die Nutzer/innen können je nach ihrem Interesse Videos in der Zielsprache finden. Auch die Auswahl für den Fremdsprachenunterricht ist sehr breit. Die meisten YouTube-Kanäle sind Realitätsnah, sprechen die Bedürfnisse des Alltags an,

stellen lebensweltliche Probleme dar, befriedigen den Authentizitätsanspruch und fördern das soziale Lernen (Rummler & Wolf 2012, zit. nach Höfler 2017, S.148).

In der Forschung gibt es einige Beispiele zum Einsatz von YouTube-Videos im Fremdsprachenunterricht.

Alm (2006) startet ein Projekt mit einer Klasse, die Deutsch als Fremdsprache in der Mittelstufe erlernt. Zusammen schauen sie sich deutsche Seifenopern an. Anschließend bereiten sie eine eigene Seifenoper vor und veröffentlichen diese auf YouTube. Alm stellt fest, dass die Motivation, Kompetenzen und Autonomie der Lernenden durch dieses Projekt gefördert werden.

Auch Höfler (2016; 2017) ist der Meinung, dass YouTube die Lernenden in vieler Hinsicht fördert. Auf YouTube konsumieren die Lernenden nicht nur, sondern sie haben auch die Möglichkeit zu produzieren. Durch den Einsatz von YouTube im Fremdsprachenunterricht können einige Verordnungen des deutschen Bundesministeriums für Bildung getroffen werden. Die Lernenden können „über den Tellerrand schauen, indem sie Methoden aus mehreren Disziplinen wählen um unterschiedliche Kompetenzen zu entwickeln und zu stärken“ (ebd. 2016, S.151).

Jones und Cuthrell (2011) berichten in ihren Artikel detailliert über das Potenzial und die Tücken vom YouTube-Einsatz im Unterricht. Sie sind der Meinung, dass der Einsatz von YouTube das lernerzentrierte Lernen, das Lernumfeld und die Interaktion zwischen den Lernenden fördert. Sie sind auch der Meinung, dass YouTube ein gutes Mittel ist um schwere Themen vorzustellen, wichtige Aspekte im Unterricht zu betonen und Unterrichtsthemen zu wiederholen.

Die empirische Studie von Wang und Chen (2019) ist über den YouTube-Gebrauch von 20 taiwanesischen Studierenden. Die Studierenden sollten englische Videos anschauen,

um ihre Englischkenntnisse zu verbessern. Die Untersuchung zeigte, dass die Lernenden die YouTube-Videos als Mittel benutzen, um extra Informationen zu sammeln, damit sie ihr formales Lernen im Unterricht unterstützen können. Die Steigerung der Lernmotivation, Informationen über die Kultur, die eigenen Lernziele zu erreichen und das eigene Lernen zu planen und zu überwachen waren weitere Aspekte, die in der Untersuchung herauskamen.

Zusammenfassend aus der didaktischen Sicht für das Lernen mit und durch Videos können drei Lernmodelle aufgelistet werden, die miteinander verknüpft werden. Diese sind das Lernen am Modell, Lernen durch Reflexion und Lernen durch Lehren. Die Lehrperson handelt als Ansprechpartner/in in dieser konstruktivistischen Lernumgebung. (Rummler & Wolf, 2012, zit. nach Höfler, 2016; 2017). Rummler und Wolf (2012) veranschaulichen diese Lernmodelle folgend,

Lernen am Model: Das Lernen mit Onlinevideos kann als ein Nachahmungsprozess gesehen werden. Der Erfolg der Nachahmung hängt von der „Komplexität und Sichtbarkeit der Handlung, der Qualität der Videoaufnahme sowie dem Vorwissen der Betrachtenden“ ab (ebd., S.256).

Lernen durch Reflexionen: Das Lernen mit Onlinevideos gelingt nicht nur durch die Nachahmung, sondern auch durch das Reflektieren der Handlungssituationen. Das Lernen durch Reflexion von Videos kann in sechs Bereiche eingeteilt werden: „Erfassen der Komplexität von Realität, Wissen erweitern, Wissen flexibler machen, Theorie und Praxis verbinden, Fachsprache aufbauen und Perspektivwechsel durchführen“ (Krammer und Reusser, 2005, S.36f, zit. nach ebd., S.257).

Lernen durch Lehren: Dieses Lernmodell bedeutet die eigene Produktion von Onlinevideos. Die Lernenden nehmen Videos auf und können diese auf Onlineplattformen hochladen und mit anderen teilen. Das Aufnehmen der Videos ermöglicht eine

„Lehrperspektive“. Das Teilen der Videos schafft eine „Kommunikationsebene“ mit anderen, die sich diese Videos anschauen (ebd., S.258)

Kapitel V

Empirischer Teil

5. Methodologische Überlegungen

Dieses Kapitel beinhaltet den empirischen Teil der Arbeit. Am Anfang werden die Mittel der empirischen Forschung, die in dieser Arbeit zur Nutzung gezogen wurden, vorgestellt. Folgend wird die Vorgehensweise der Arbeit erläutert.

Das Fremdsprachenlernen ist eine sozial komplexe Praxis, die sozialwissenschaftliche Methoden benötigt, um genauer untersucht zu werden. Diese empirische Untersuchung wird hauptsächlich mit zwei verschiedenen Methoden durchgeführt. Man unterscheidet zwischen der qualitativen und quantitativen Forschungsmethode. Beide Forschungsmethoden haben verschiedene Vorgehensweisen, Voraussetzungen und Ziele. Die Wahl der Forschungsmethode ist abhängig vom Forschungsinteresse und somit auch von den Forschungsfragen. Eine lange Zeit wurden beide Forschungsmethoden als sich gegenseitig ausschließende Methoden aufgefasst. Jedoch hat sich diese Auffassung heutzutage geändert. Es wird verbreitet Mischformen und Kombinationen von qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden benutzt (Riemer, 2014).

Die qualitative Forschung hat eine interdisziplinäre, theoretische Grundlage. Disziplinen wie die Soziologie, Anthropologie, Psychologie, Philosophie und Linguistik bieten der qualitativen Forschung jegliche Perspektiven und Methoden zur Gebrauch. Das Ziel der qualitativen Forschung ist es, das menschliche Verhalten aus verschiedenen Perspektiven in seiner Umgebung näher zu betrachten und zu verstehen. Die klassischen Methoden der Naturwissenschaften reichen nicht aus, um das menschliche Verhalten zu erläutern. Das menschliche Verhalten sollte mit einem flexibleren und ganzheitlichen Ansatz

erforscht werden. Ein solcher Forschungsansatz berücksichtigt die Meinungen und Erfahrungen der Probanden (Yıldırım & Şimşek, 2016).

Im Gegensatz zur quantitativen Forschung reichen bei der qualitativen Forschung wenige Fallzahlen aus, um Hypothesen zu verifizieren oder zu falsifizieren (Riemer, 2014).

Nach Grotjahn (1987), zit. nach Riemer (2014, S.20) ist die qualitative Forschung „explorativ-interpretativ“. Es gibt verschiedene Möglichkeiten qualitative Daten zu erheben. Die Erhebungsinstrumente der qualitativen Forschung sind Fragebögen, Interviews, Beobachtungen und Dokumentenanalyse (Durdu, 2016).

Diese Arbeit bedient sich der qualitativen Forschung, um die gestellten Forschungsfragen zu erforschen. Als Datenerhebungsinstrument wird eine deskriptive Datenanalyse benutzt. Die Daten werden aus zwei Fragebögen entnommen.

5.1 Befragungen. Die Befragungen sind sozialwissenschaftliche Methoden, um die Meinungen, Einstellungen, Informationen u. ä. der Probanden zu ermitteln. Nach Scholl (2015) kann man das Befragungsverfahren in drei verschiedene Gruppen einteilen. Die persönliche (face to face), die telefonische und die schriftliche Befragung. Die Online-Befragung ist eine Variante der schriftlichen Befragung, jedoch weist sie in letzter Zeit eigene Charakteristika auf. Es ist durchaus anzunehmen, dass sie von einigen als vierte Gruppe aufgefasst wird. Die schriftliche Befragung mit Fragebögen weist einige Vorteile auf, die durchaus ausschlaggebend für diese Arbeit waren. Die Vorteile der schriftlichen Befragungen sind der geringe Kostenaufwand, das Ausschließen des Einflusses auf den Interviewenden, kein Zeitdruck für die Probanden bei der Beantwortung der Fragebögen und die leichte Erreichbarkeit der Probanden.

Um die Forschungsfragen zu beantworten und somit den Zielen möglichst nahe zu kommen, ist die Frageformulierung in den Fragebögen besonders wichtig. Nach Daase,

Hinrichs und Settineri (2014, S.105) sollten folgende Richtlinien beachtet werden um dies zu erreichen:

- einfache und kurze Fragen benutzen,
- an die Weltsicht und Ausdrucksweise der Probanden anknüpfen,
- konkrete Fragen stellen,
- Zweideutigkeiten vermeiden,
- keine suggestiven Fragen konzipieren,
- doppelte Negationen vermeiden,
- keine extreme Wörter, Modifikatoren und mehrdeutige Wörter verwenden,
- Fragen, die von fast jedem bejaht oder verneint werden vermeiden, da diese den Erkenntnisgewinn verringern.

Bei der Gestaltung der Fragebögen kann man verschiedene Frageformen verwenden, wie offene Fragen, eingeschränkte Fragen und Fragen mit Ratingskalen. Offene Fragen erfragen meistens die Meinungen der Probanden. Die Probanden können die Fragen in ihren eigenen Worten beantworten. Eingeschränkte Fragen fallen unter die Kategorie der geschlossenen Fragen und können mit Ja/Nein, Richtig/Falsch oder mit höchstens gegebenen vier Antworten, die sich gegenseitig ausschließen, beantwortet werden. Auch Fragen nach Mengenangaben oder nach Häufigkeit fallen unter diese Kategorie. Bei dem Frageformat mit Ratingskalen entscheiden die Probanden sich für einen numerisch interpretierbaren Wert aus einer vorgegebenen Skala. Die Skala besteht aus mehreren Intervallstufen, die von einem stark positiven zu einem stark negativen Pol führen. Die Pole werden mit Adjektiven oder Verben erfasst. Likert-Skalen und das semantische Differential sind zwei Beispiele für dieses Frageformat. Bei Ratingskalen ist es wichtig nicht mehr als sieben Stufen anzubieten, weil bei

einer höheren Auswahlmöglichkeit die Probanden Schwierigkeiten bekommen auszuwählen (Zydati, 2012)

Bei der schriftlichen Befragung dieser Arbeit wurden zwei Fragebögen mit Fragen zur Ermittlung von biografisch-demografischen Informationen und Likert-Skalen mit jeweils fünf Antwortkategorien, verwendet. Im ersten Fragebogen wurden zwei Likert-Skalen benutzt, die erste Likert-Skala bestand aus neun Items und die zweite aus acht Items. Im zweiten Fragebogen wurden auch zwei Likert-Skalen verwendet. Die erste Likert-Skala bestand aus 11 Items und die zweite aus acht Items. Die Items sind Aussagen zu denen die Probanden Stellung nehmen sollten. Der Fragebogen wurde in Türkischer Sprache verfasst, da das Sprachniveau der Probanden in der Fremdsprache nicht relevant war.

5.2 Der Beispielkanal „24 h Deutsch“. Der YouTube-Kanal *24 h Deutsch* hat 2017 den Wettbewerb „Deutsch lernen auf YouTube? – Zeig uns wie das geht!“, welches vom Goethe Institut veranstaltet wurde, gewonnen. Durch den Gewinn erhielt der Kanal finanzielle Unterstützung vom Goethe-Institut und des Auswärtigen Amtes.

Der Kanal 24 h Deutsch besteht derzeit aus insgesamt 58 Videos und zwei Teilen. Der erste Teil heißt „Lernen mit Ida“, der zweite Teil heißt „Ida erklärt“. Der erste Teil wurde durch die finanzielle Unterstützung des Goethe Instituts und des Auswärtigen Amtes abgefilmt. Der zweite Teil wurde aus den Zuschauer/innen Fragen aus den Kommentaren der Videos erstellt. In diesen Videos geht Ida auf die Grammatik- oder Lexikfragen ein und versucht diese durch Beispiele zu erklären. Seit September 2020 werden wieder neue Folgen für den Kanal gedreht und wöchentlich hochgeladen.

Abbildung 1

Screenshot aus dem YouTube-Kanal 24 h Deutsch



Die Abbildung 1 zeigt einen Ausschnitt aus dem Kanal 24 h Deutsch aus dem ersten Teil „Lernen mit Ida“. Es ist die Folge *#6 Zählen auf Deutsch*. Auf diesem Kanal werden den Zuschauern/innen verschiedene Perspektiven angeboten und das Wissen auf verschiedene Art vermittelt. Wie man auf dieser Abbildung erkennen kann, benutzt die Hauptfigur Ida eine schwarze Tafel und versucht die Begriffe zu erklären. Es wird nicht nur Schrift verwendet, sondern auch aktuelle Zeichen, die in den sozialen Medien bekannt sind und denen die Benutzer/innen durchaus vertraut sind. Dies erhöht die visuelle Wahrnehmung und kann somit zum Hör-Seh-Verstehen beitragen.

Abbildung 2

Screenshot aus dem YouTube-Kanal 24 h Deutsch



Die zweite Abbildung ist wieder ein Screenshot aus demselben YouTube-Kanal. Es ist die Folge #11 „Typisch Deutsch: Die Bayerische Brotzeit“. In dieser Folge trifft sich Ida in einem Biergarten mit Freunden und unterhält sich über typische Deutsche Gewohnheiten im Bayerischen Biergarten. Es ist ein gutes Beispiel für die Landeskundevermittlung in diesem YouTube-Kanal.

Abbildung 3

Screenshot aus dem Kanal 24 h Deutsch



Die dritte Abbildung ist ein Screenshot aus der siebten Folge des YouTube-Kanals. Die Folge heißt „Mit Deutsch in den Tag starten“. In diesem Screenshot sitzt Ida mit ihren Mitbewohnern aus ihrer Wohngemeinschaft am Frühstückstisch und diskutiert über den Artikelgebrauch einiger Wörter. Jede Folge hat einen ähnlichen Aufbau. Das Thema wird den Zuschauer/innen durch alltägliche Situationen nähergebracht. Man sieht einen Lebensausschnitt der Hauptfigur Ida. Darauffolgend wird das Thema nochmal auf der schwarzen Tafel wie in der Abbildung 1 veranschaulicht und den Zuschauer/innen erklärt.

Der erste Teil des YouTube-Kanals wird in dieser Arbeit als empirischer Gegenstand benutzt. Die „Lernen mit Ida“ Videos sollen die Zuschauer/innen durch einen typischen Tag in Deutschland mitnehmen. Die Deutschlehrerin Ida spielt die Hauptrolle im Kanal und die Zuschauer/innen bekommen einen Einblick in ihren Alltag. Jede Folge des Kanals entspricht einer Stunde des Tages. Die Folgen dauern ca. 3-4 Minuten. Die Videos sind sehr authentisch

gestaltet und die Zuschauer/innen bekommen neben dem Einblick ins junge Deutschland auch mit jeder neuen Folge ein neues Deutschlernthema. Die Themen sind sehr variabel und reichen von Grammatik über Kurioses bis hin zu Lernstrategien, von Zungenbrechern über das Fluchen bis hin zum Konjunktiv II. (Weitere Informationen sind auf der Web-Seite des Goethe Instituts aufzufinden). Die Videos sind auf A2-Niveau und haben die Zielgruppe 12-25 Jahren. Nach Efimova (2019) sind die Videos im Rahmen der alltäglichen Kommunikation und beinhalten nicht nur Syntax und Morphologie, sondern auch pragmatisch-stilistische Elemente, die kommunikativ wichtig sind. Der Input wird im didaktischen Rahmen des situativen Lernens angeregt. Die Grammatikvermittlung wird durch Chunks durchgeführt, so ist die Aufnahme und das Auswendiglernen komplexer Wortverbindungen einfacher. Auch Aguado, zit. Nach Efimova (2008) sagt, dass komplexe Formulierungen als Ganzes aus dem Input übernommen, gelernt und automatisiert werden können. Diese Lernvideos könnten sich durchaus als eine gute Möglichkeit erweisen das implizite Lernen zu fördern.

5.3 Ziel der Untersuchung. Das Ziel dieser Untersuchung ist es den Einfluss von sozialen Medien auf das Fremdsprachenlernen darzustellen. Durch die qualitative Untersuchung soll eine Einsatzmöglichkeit von sozialen Medien gezeigt und durch die Studierenden, die an der Untersuchung teilnehmen, evaluiert werden. Mit dem Hinblick auf das autonome Lernen, das implizite Deutschlernen und die Förderung der Grund- und Teilfertigkeiten sollen die sozialen Medien von den Studierenden bewertet werden. Ein weiteres Ziel ist es auch die Meinungen der Studierenden für den möglichen Einsatz von sozialen Medien zu erfragen.

Die empirische Untersuchung soll eine Grundlage für die Beantwortung der Forschungsfragen schaffen. Sie soll dazu dienen die Meinungen und Einstellung von Studierenden zu erfassen und ein reflektierendes Bild für die Praxis schaffen.

In dieser Arbeit wird durch eine qualitative Untersuchung für folgende Forschungsfragen eine Antwort gesucht.

Forschungsfrage 1a: Mit welchen Absichten benutzen die DaF-Studierenden soziale Medien, insbesondere YouTube -Videos in deutscher Sprache?

Forschungsfrage 1b: Inwieweit trägt diese Nutzung zu ihrem impliziten Deutschlernen bei?

Forschungsfrage 2: Welche sprachlichen Grundfertigkeiten und Teilfertigkeiten werden aus der Sicht der Studierenden durch Einsatz von den YouTube-Videos gefördert?

Forschungsfrage 3: Inwiefern können YouTube-Videos das autonome Lernen der Studierenden im positiven Sinne beeinflussen?

Forschungsfrage 4: Wie wird der mögliche Einsatz von YouTube-Videos in universitären Lehrveranstaltungen von den Studierenden bewertet?

Forschungsfrage 5: Welche Meinungen haben die Studierenden zum möglichen Einsatz von YouTube- Videos in ihrer späteren Unterrichtstätigkeit?

5.4 Anlage der Untersuchung. Die Untersuchung wurde im Sommersemester 2020 mit 29 Studierenden des dritten Studienjahres der Deutschlehrerabteilung an der Bursa Uludağ Universität durchgeführt. Die Studierenden haben ein Deutschsprachniveau von mindestens B2. Sie benutzen soziale Medien und haben Zugang zu YouTube-Videos. Durch zwei Fragebögen als Datenerhebungsinstrumente wurde versucht die Meinungen der Studierenden zu erfassen und somit die Forschungsfragen zu beantworten. Der erste Fragebogen diente als eine Bestandsaufnahme und versuchte die Meinungen der Studierenden über soziale Medien und YouTube-Videos zu erfassen. Vor dem zweiten Fragebogen wurde den Studierenden der Kanal 24 h Deutsch „Lernen mit Ida“ vorgestellt und sie wurden

gebeten sich Folgen aus diesem Kanal mit einem kritischen Blick anzuschauen. Nachdem die gesamte Gruppe sich den YouTube-Kanal angeschaut hatte, wurde der zweite Fragebogen an die Studierenden ausgehändigt. Der zweite Fragebogen diente den Kanal 24 h Deutsch „Lernen mit Ida“ im Hinblick auf die Forschungsfragen zu bewerten.

Kapitel VI

Untersuchungsergebnisse

6. Darstellung der Untersuchungsergebnisse

In diesem Kapitel werden die Untersuchungsergebnisse der empirischen Forschung dargestellt.

6.1 Auswertung der Befragung. Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der zwei Fragebögen in dieser Untersuchung näher dargestellt. Die Studierenden der Deutschlehrerabteilung der Bursa Uludağ Universität nahmen an dieser Untersuchung teil. Insgesamt wurden 29 Studierende befragt, davon waren 75% Frauen (n: 22) und 25% Männer (n: 7). Die Altersverteilung der Studierenden liegt zwischen 21-35 Jahren, wobei sich das Durchschnittsalter bei 23,41 Jahren befindet (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2

Geschlechterverteilung der Studierenden

<u>Geschlecht</u>	<u>N</u>	<u>%</u>
Frauen	22	75
Männer	7	25
Gesamt	29	100

Tabelle 3

Altersverteilung der Studierenden

<u>Alter</u>	<u>N</u>	<u>%</u>	<u>\bar{X}</u>
--------------	----------	----------	-----------------------------

21	6	21	
22	10	35	
23	5	18	
24	4	14	23,41
26	1	3	
27	1	3	
34	1	3	
35	1	3	
Gesamt	29	100	

Die Tabelle 4 zeigt, aus welchen Gründen die Befragten Videos in deutscher Sprache anschauen. Die meist gegebene Antwort ist die Verbesserung der Sprachkenntnisse (90 %), Unterhaltung (86 %) und Selbstentwicklung (83 %). Gefolgt werden Antworten wie, Nachforschungen über Hausaufgaben und/oder Seminare machen (76 %), Inhalte teilen (31 %), ein Kommentar und/oder einen Like hinterlassen (21 %), sich mit Freunden verbinden/austauschen (17 %) und neue Freunde finden (3 %).

Tabelle 4

Aus welchen Gründen schauen sie Videos in deutscher Sprache an?

<u>Grund</u>	<u>N</u>	<u>%</u>
Verbesserung der Sprachkenntnisse	26	90

Unterhaltung	25	86
Selbstentwicklung	24	83
Nachforschungen über Hausaufgaben und/oder Seminare machen	22	76
Inhalte teilen	9	31
ein Kommentar und/oder einen Like hinterlassen	6	21
sich mit Freunden verbinden/austauschen	5	17
neue Freunde finden	1	3

Tabelle 5

Durchschnittszahl der Gesamtstunden vom wöchentlichen Anschauen der Videos in deutscher Sprache.

<u>Stunden</u>	<u>N</u>	<u>%</u>	<u>\bar{X}</u>
0-1	8	27	
2-5	17	59	2,8
5 und mehr	4	14	

Aus Tabelle 5 kann man entnehmen, dass 27 % (n= 8) der Befragten wöchentlich 0-1 Stunde Videos in deutscher Sprache anschauen. Der Großteil der Befragten 59 % (n=17) schaut in der Woche zwischen 2-5 Stunden Videos und 14 % (n=4) der Studierenden schauen über 5 Stunden Videos in deutscher Sprache an. Aus diesen Ergebnissen resultiert, dass die Befragten im Durchschnitt 2,8 Stunden in der Woche Videos in deutscher Sprache anschauen.

Auf die Frage „Schauen Sie Videos in deutscher Sprache an, wenn Sie die sozialen Medien benutzen?“, antworteten 26 Studierende mit Ja und zwei Studierende mit Nein. Tabelle 6 zeigt die Antworten der Studierenden.

Tabelle 6

Schauen Sie Videos in deutscher Sprache an, wenn Sie die sozialen Medien benutzen?

	<u>N</u>	<u>%</u>
Ja	27	93
Nein	2	7
Gesamt	29	100

97 % der Studierenden benutzen YouTube um Videos in deutscher Sprache zu sehen. Außerdem sind 52 % Abonnenten/innen von mindestens einem deutschsprachigen YouTube-Kanal. Nur 3 % schauen sich keine deutschsprachigen Videos auf YouTube an und 48 % sind keine Abonnenten/innen von deutschsprachigen YouTube-Kanälen (siehe Tabelle 7 & Tabelle 8).

Tabelle 7

Benutzen Sie das soziale Medium YouTube um deutschsprachige Videos zu schauen?

	<u>N</u>	<u>%</u>
Ja	28	97
Nein	1	3
Gesamt	29	100

Tabelle 8

Sind Sie Abonnenten/innen von deutschsprachigen YouTube-Kanälen?

	<u>N</u>	<u>%</u>
Ja	15	52
Nein	14	48
Gesamt	29	100

Im ersten Fragebogen wurden zwei Likert-Skalen verwendet um die Einstellungen und Meinungen der Studierenden zu Verwendung von YouTube Videos für das Sprachenlernen herauszufinden. Diese Daten dienten zur Beantwortung der Forschungsfragen. In den folgenden Tabelle 9 und Tabelle 10 werden die Daten der Likert-Skalen veranschaulicht. Das Symbol \bar{X} steht für den Mittelwert und das Symbol σ steht für die Standardabweichung.

Tabelle 9

Wie bewerten sie YouTube-Videos?

<u>Ich denke, dass</u>	<u>N</u>		stimme vollkommen zu (5)	stimme zu (4)	neutral (3)	stimme nicht zu (2)	stimme überhaupt nicht zu (1)	\bar{X}	σ
YouTube-Videos für das Deutschlernen nützlich sind.	29	f	22	6	-	-	1	4,65	0,81
		%	75,86	20,69	-	-	3,45		
YouTube-Videos ein geeignetes Lernmaterial sind.	29	f	12	14	1	1	1	4,21	0,94
		%	41,37	48,28	3,45	3,45	3,45		
YouTube-Videos meine Motivation erhöhen.	29	f	15	10	2	1	1	4,27	0,99
		%	51,72	34,48	6,9	3,45	3,45		
YouTube-Videos in universitären Lehrveranstaltungen benutzt werden sollen	29	f	15	10	2	2	-	4,31	0,89
		%	51,72	34,48	6,9	6,9	-		
YouTube-Videos im Unterricht nützlich sind.	29	f	13	11	3	2	-	4,21	0,9
		%	44,82	37,93	10,35	6,9	-		
ich alleine mit YouTube-Videos Deutsch lernen kann, weil es	29	f	14	7	6	2	-	4,14	0,99

Orts- und Zeitunabhängig ist.	%	48,28	24,13	20,69	6,9	-		
YouTube-Videos die Lernerautonomie unterstützen.	f	13	9	5	1	1	4,1	1,04
	%	44,82	31,03	17,24	3,45	3,45		
Notizen während man sich YouTube-Videos anschaut, das Deutschlernen unterstützt.	f	16	11	1	1	-	4,45	0,74
	%	55,17	37,93	3,45	3,45	-		
ich YouTube- Videos in meiner späteren Lehrveranstaltung benutzen werde.	f	14	7	7	1	-	4,17	0,93
	%	48,29	24,13	24,13	3,45	-		

Die Tabelle 9 stellt die Bewertung der Studierenden zu YouTube-Videos dar. Die Items des Likert-Fragebogens wurden so konzipiert, dass sie bei der Beantwortung der Forschungsfragen hilfreich sein sollten. Die Tabelle 9 besteht aus insgesamt neun Items. Die Mehrheit der Studierenden (Mittelwert: 4,65, Standardabweichung: 0,81) ist der Meinung, dass die YouTube-Videos nützlich für das Deutsch Lernen sind. An zweiter Stelle mit einem Wert von 4,45 und einer Standardabweichung von 0,74 sind die Studierenden der Meinung, dass Notizen, die man sich während des Anschauens von YouTube-Videos macht, das Deutsch Lernen unterstützt. Eine große Anzahl an Studierenden möchte, dass YouTube-Videos in universitären Lehrveranstaltungen benutzt werden. Dies ist erkennbar durch den hohen Mittelwert von 4,31 und der Standardabweichung von 0,89. Die meisten Studierenden

nehmen an, dass die YouTube-Videos sich motivierend auf das Lernen auswirken. Mit einem Mittelwert von 4,27 (Standardabweichung 0,99) ist diese Äußerung der Studierenden an vierter Stelle und zeigt, die positive Meinungen zur Motivation. Die beiden Äußerungen, dass YouTube-Videos ein geeignetes Lernmaterial sind und dass die YouTube-Videos im Unterricht nützlich sind haben den gleichen Wert von 4,21 und jeweils die Standardabweichung von 0,94 und 0,9. Diese Äußerungen zeigen die Meinung der Studierenden gegenüber der Verwendung von YouTube-Videos im Unterricht deutlich. Über das autonome Lernen hatten die Studierenden folgende Meinungen, der größte Teil äußerte, dass die YouTube-Videos das autonome Lernen unterstützt (Mittelwert: 4,10, Standardabweichung: 1,04). Auch die Möglichkeit des selbstständigen Deutschlernens durch die Orts- und Zeitunabhängigkeit wurden von vielen Studierenden als positiv beurteilt. Der Mittelwert dieser Äußerung der Studierenden liegt bei 4,14 und die Standardabweichung beträgt 0,99. Die Meinung der Studierenden, die an zweiter Stelle stand und oben aufgeführt wurde, stärkt die positive Bewertung der Studierenden zur Lernerautonomie. Der größte Teil der Studierenden denkt, dass sie YouTube-Videos in ihrer späteren Berufstätigkeit durchaus einsetzen werden (Mittelwert 4,17, Standardabweichung: 0,93). Wie man dieser Tabelle entnehmen kann, hat jede Äußerung der Studierenden einen Mittelwert über 4,10. Dies zeigt, dass sie im Durchschnitt sehr positiv auf YouTube-Videos eingestellt sind.

Tabelle 10

Welche Sprach- und Teilfertigkeiten werden durch YouTube-Videos verbessert?

	N		stimme vollkommen zu (5)	stimme zu (4)	neutral (3)	stimme nicht zu (2)	stimme überhaupt nicht zu (1)	\bar{X}	σ
Lesen	29	f	5	14	9	1	-	3,79	0,77
		%	17,24	48,28	31,03	3,45			
Schreiben	29	f	5	10	9	4	1	3,48	1,05
		%	17,24	34,48	31,03	13,79	3,45		
Sprechen	29	f	19	6	3	-	1	4,45	0,95
		%	65,52	20,69	10,34	-	3,45		
Hör- Seh- Verstehen	29	f	23	5	-	-	1	4,69	0,81
		%	79,31	17,24	-	-	3,45		
Aussprache	29	f	22	5	1	-	1	4,62	0,86
		%	75,86	17,24	3,45	-	3,45		
Landeskunde	29	f	17	8	1	3	-	4,35	0,97
		%							

		%	58,62	27,59	3,45	10,34	-		
		f	7	12	6	3	1		
Grammatik	29		-----					3,72	1,06
		%	24,14	41,38	20,69	10,34	3,45		
		f	20	7	1	1	-		
Wortschatz	29		-----					4,59	0,73
		%	68,96	24,14	3,45	3,45	-		

Tabelle 10 stellt die Meinungen der Studierenden zur der Frage „Welche Sprach- und Teilfertigkeiten werden durch YouTube-Videos verbessert?“ dar. Fünf von acht Antworten haben einen Mittelwert über vier und schneiden somit mit einem hohen Durchschnitt ab. Drei von acht Antworten haben einen Mittelwert zwischen drei und vier und liegen somit eher im mittleren Bereich. An erster Stelle mit einem Mittelwert von 4,69 und der Standardabweichung von 0,81 steht das Hör-Seh-Verstehen. Die zweite häufigste gegebene Antwort ist die Aussprache. Der Mittelwert für die Aussprache beträgt 4,62 und die Standardabweichung 0,86. Die Antwort Wortschatz hat einen Mittelwert von 4,59, eine Standardabweichung von 0,73 und wird als die dritte häufigste Antwort von den Studierenden gegeben. Die Sprachfähigkeit Sprechen wird als vierte Antwort von den Studierenden aufgeführt und hat den Mittelwert von 4,45 und die Standardabweichung von 0,95. Die Teilfertigkeit Landeskunde hat einen Mittelwert von 4,35, eine Standardabweichung von 0,97 und befindet sich an fünfter Stelle. Die nächsten gegebenen Antworten haben alle drei einen Mittelwert unter 4. Die Sprachfertigkeit Lesen hat einen Mittelwert von 3,79, eine Standardabweichung von 0,77 und steht somit an sechster Stelle der gegebenen Antworten. Gefolgt wird sie von der Teilfertigkeit Grammatik. Diese Antwort hat einen Mittelwert von

3,72 und eine Standardabweichung von 1,06. Die Studierenden sind der Auffassung, dass die Sprachfertigkeit Schreiben am wenigsten durch YouTube-Videos verbessert wird. Mit einem Mittelwert von 3,48 und einer Standardabweichung von 1,05 ist diese Antwort an letzter Stelle.

Vor dem zweiten Fragebogen wurde den Studierenden der YouTube Kanal 24 h Deutsch vorgestellt. Sie wurden gebeten den Kanal außerhalb der universitären Seminare anzuschauen. Im Durchschnitt wurden 6,5 von 24 Folgen angeschaut. Der YouTube Kanal 24h Deutsch sollte als ein konkretes Beispiel für ein deutschsprachige Videos auf YouTube dienen. Der zweite Fragebogen sollte die Meinungen der Studierenden zu YouTube-Videos anhand des Kanals 24 h Deutsch darstellen. Es war wichtig, ob die Studierenden ihre Meinungen von dem ersten Fragebogen vollkommen verändern würden, wenn sie einen Kanal anschauen, den sie zuvor nicht kannten. Der zweite Fragebogen enthielt zwei Likert-Skalen. Beide Skalen dienten zu Beantwortung der Forschungsfragen.

Tabelle 11

Wie bewerten Sie YouTube-Videos in Hinblick auf „Lernen mit Ida“?

<u>Wie bewerten Sie die YouTube-Videos?</u>	<u>N</u>	stimme vollkommen zu (5)	stimme zu (4)	neutral (3)	stimme nicht zu (2)	stimme überhaupt nicht zu (1)	\bar{X}	σ
Das Deutschniveau der Videos auf dem YouTube-Kanal „Lernen mit Ida“ war verständlich.	29	f 11	17	-	1	-	4,31	0,66
		% 37,93	58,62	-	3,45	-		

Die Videos auf dem YouTube-Kanal „Lernen mit Ida“ waren authentisch.	29	f	9	17	3	-	-	4,21	0,62
		%	31,03	58,62	10,35				
Die Videos auf dem YouTube-Kanal „Lernen mit Ida“ waren motivierend.	29	f	11	14	3	-	1	4,17	0,89
		%	37,93	48,27	10,35	-	3,45		
Ich würde ähnliche YouTube-Kanäle wie „Lernen mit Ida“ in meiner späteren Berufstätigkeit benutzen.	29	f	8	8	12	1	-	3,79	0,9
		%	27,59	27,59	41,37	3,45	-		
Ich denke, dass sich mein Lernverhalten mit dem YouTube-Kanal „Lernen mit Ida“ im positiven Sinne verändert hat.	29	f	4	6	17	1	1	3,38	0,9
		%	13,79	20,68	58,63	3,45	3,45		
Ich denke, dass YouTube-Videos effizienter für das Lernen sind als klassische Lernmaterialien.	29	f	10	10	4	4	1	3,83	1,17
		%	34,48	34,48	13,79	13,79	3,45		
Das Lernen mit YouTube-Videos bringt mehr Spaß als das Lernen mit	29	f	8	17	2	2	-	4,07	0,79

klassischen Lernmaterialien.	%	27,59	58,63	6,89	6,89	-		
Ich kann mir vorstellen, YouTube-Videos zu benutzen um meine Deutschkenntnisse zu verbessern.	f	8	9	10	1	-	3,86	0,89
	%	28,57	32,15	35,71	3,57	-		
Ich denke, dass YouTube-Videos das autonome Lernen unterstützen.	f	7	14	7	1	-	3,93	0,79
	%	24,14	48,27	24,14	3,45	-		
Ich möchte, dass YouTube-Videos in universitären Lehrveranstaltungen benutzt werden.	f	7	10	10	2	-	3,76	0,91
	%	24,14	34,48	34,48	6,89	-		
Ich würde andere YouTube-Videos in meiner späteren Berufstätigkeit benutzen.	f	9	12	7	1	-	4	0,84
	%	31,04	41,37	24,14	3,45	-		

Die Tabelle 11 zeigt die Bewertung der Studierenden über den YouTube Kanal 24 h Deutsch „Lernen mit Ida“ und allgemein YouTube-Kanäle nachdem sie den empfohlenen Kanal gesehen haben. Die meisten der Studierenden fanden, dass das Deutschniveau der Videos „Lernen mit Ida“ verständlich war. Der hohe Mittelwert von 4,31 und der Standardabweichung von 0,66 zeigen dies deutlich. Eine weitere große Mehrheit der Studierenden findet, dass die Videos auf diesem Kanal authentisch sind. Nur drei Studierende

äußern sich neutral zur dieser Aussage und der Mittelwert liegt bei 4,21 und die Standardabweichung bei 0,62. Mit einem Mittelwert von 4,17 und einer Standardabweichung von 0,89 findet die Mehrheit der Studierenden, dass die Videos auf diesem Kanal motivierend sind. Eine große Mehrheit ist auch der Meinung, dass das Lernen mit YouTube-Videos mehr Spaß bringt als mit klassischen Materialien. Der Mittelwert 4,07 und die Standardabweichung von 0,79 zeigen diese Meinung der Studierenden. Die Studierenden wurden gebeten zwei Aussagen über den Einsatz von YouTube-Videos in ihrem späteren Berufsleben zu beurteilen. Dabei teilte die Mehrheit dieselbe Meinung, dass sie ähnliche YouTube-Kanäle wie Lernen mit Ida oder auch andere YouTube-Kanäle in ihrem späteren Berufsleben benutzen würden (Mittelwerte: 3,79 und 4, Standardabweichungen: 0,9 und 0,84). Eine weitere wichtige Aussage von den Studierenden zeigte, dass das autonome Lernen durch die YouTube-Videos unterstützt wurde. Die Mehrheit der Studierenden teilte diese Meinung (Mittelwert: 3,93, Standardabweichung: 0,79). Ein großer Teil der Studierenden findet das Lernen mit YouTube-Videos effizienter als mit klassischen Materialien (Mittelwert: 3,83, Standardabweichung: 1,17). Außerdem können sie sich vorstellen ihre Deutschkenntnisse durch YouTube-Videos zu verbessern (Mittelwert 3,86, Standardabweichung: 0,89). Die Studierenden gaben an, dass sie möchten, dass in universitären Lehrveranstaltungen YouTube-Videos benutzt werden (Mittelwert: 3,76, Standardabweichung: 0,91). Mit einem Mittelwert von 3,38 und einer Standardabweichung von 0,9 denken die Studierenden, dass sich ihre Lerngewohnheiten durch die YouTube-Videos „Lernen mit Ida“ im positiven Sinne verändert haben. Fünf von den gegebenen Antworten der Studierenden hat einen Mittelwert über vier und sechs von den gegebenen Antworten hat einen Mittelwert zwischen drei und vier.

Tabelle 12

Welche Sprach- und Teilfertigkeiten wurden durch die YouTube-Videos „Lernen mit Ida“ verbessert?

	N		stimme vollkommen zu (5)	stimme zu (4)	neutral (3)	stimme nicht zu (2)	stimme überhaupt nicht zu (1)	\bar{X}	σ
Lesen	29	f	1	12	9	5	2	3,17	1
		%	3,45	41,38	31,03	17,25	6,89		
Schreiben	29	f	1	7	12	8	1	2,97	0,9
		%	3,45	24,14	41,37	27,59	3,45		
Sprechen	29	f	12	14	1	1	1	4,21	0,94
		%	41,38	48,27	3,45	3,45	3,45		
Hör- Seh- Verstehen	29	f	15	13	1	-	-	4,48	0,57
		%	51,73	44,82	3,45	-	-		
Aussprache	29	f	15	12	2	-	-	4,45	0,63
		%	51,73	41,37	6,9	-	-		

Landeskunde	29	f	8	10	8	2	1	3,75	1,05
		%	27,59	34,47	27,59	6,9	3,45		
Grammatik	29	f	8	11	8	1	1	3,83	1
		%	27,59	37,92	27,59	3,45	3,45		
Wortschatz	29	f	12	13	4	-	-	4,27	0,7
		%	41,38	44,83	13,79	-	-		

Die Tabelle 12 stellt die Meinungen der Studierenden zu der Frage „Welche Sprach- und Teilfertigkeiten werden durch die „Lernen mit Ida YouTube-Videos verbessert?“ dar. Vier von acht Antworten haben einen Mittelwert über vier und schneiden somit mit einem hohen Durchschnitt ab. Drei von acht Antworten haben einen Mittelwert zwischen drei und vier und liegen somit eher im mittleren Bereich. Und eine Antwort liegt mit einem Mittelwert von 2,97 knapp unter drei. An erster Stelle mit einem Mittelwert von 4,48 und einer Standardabweichung von 0,57 steht das Hör-Seh-Verstehen. Die zweite häufigste gegebene Antwort ist die Aussprache. Der Mittelwert für die Aussprache beträgt 4,45 und die Standardabweichung 0,63. Die Antwort Wortschatz hat einen Mittelwert von 4,27, eine Standardabweichung von 0,7 und wird als die dritte häufigste Antwort von den Studierenden gegeben. Die Sprachfähigkeit Sprechen wird als vierte Antwort von den Studierenden aufgeführt und hat den Mittelwert von 4,21 (Standardabweichung: 0,94). Die folgenden Antworten haben alle einen Mittelwert unter vier. Die Teilfertigkeit Grammatik hat einen Mittelwert von 3,83, eine Standardabweichung von eins und befindet sich an fünfter Stelle.

Die Teilfertigkeit Landeskunde hat einen Mittelwert von 3,75, eine Standardabweichung von 1,05 und steht somit an sechster Stelle der gegebenen Antworten. Gefolgt wird sie von der Sprachfertigkeit Lesen. Diese Antwort hat einen Mittelwert von 3,17 und eine Standardabweichung von eins. Die Studierenden sind der Auffassung, dass die Sprachfertigkeit Schreiben am wenigsten durch YouTube-Videos verbessert wird. Mit einem Mittelwert von 2,97 und einer Standardabweichung von 0,9 ist diese Antwort an letzter Stelle.

6.2 Diskussion der Ergebnisse. Mit dem Wachstum der Technologie und der Kapazitäten der sozialen Medien haben die Lehrpersonen eine große Anzahl von Möglichkeiten erhalten die sozialen Medien in das Lern- und Lehrumfeld zu integrieren. Mit geeigneten Strategien und Lerntechnologien ist der Erfolg der Lernenden unumstritten.

Ein feines Gleichgewicht sollte erreicht werden, um Lernendenkontrolle, Wissensschaffung, Entscheidungsfreiheit und Autonomie zu fördern. Dies kann durch flexible Optionen und Auswahlmöglichkeiten in den Unterrichtstätigkeiten gefördert werden, um Lernprozessen Mehrwert zu verleihen (McLoughlin & Lee, 2010). Soziale Medien, in den Unterricht zu integrieren, bieten in diesem Sinne eine gute Möglichkeit eine Abwechslung zu schaffen und den Lernenden ein Lerninstrument zu bieten, welches sie aus ihrem Lebensalltag gewohnt sind.

Um ein zielvolles Lernen mit YouTube-Videos zu erzielen, müssen die Lernenden sich im Klaren sein, dass sie diese Videos als Lernmittel nutzen wollen, d.h. sie sollten keine passiven Nutzer/innen sein. Sie sollten die Inhalte konsumieren, verarbeiten, mit ihrem vorhandenen Wissen verknüpfen und sich somit ein neues Wissen aneignen.

Die erste Forschungsfrage war mit welchen Absichten die DaF-Studierenden soziale Medien, insbesondere YouTube -Videos in deutscher Sprache benutzen. Die Ergebnisse zeigen Ähnlichkeiten zu den Befunden von Wang und Chen (2019). Die meist gegebenen

Antworten bezogen sich hauptsächlich um das Lernen und der Selbstverbesserung. Auch Unterhaltung war ein wichtiger Punkt für die Nutzung von deutschsprachigen Videos auf sozialen Medien. Die Studierenden schauen im Durchschnitt 2,8 Stunden deutschsprachige Videos in der Woche an. Die Ergebnisse zeigen, dass sie nicht nur aus Freizeit und Zeitvertreib Videos auf YouTube anschauen, sondern diese Plattform auch gezielt für das Lernen nutzen. Die Studierenden sind mit den sozialen Medien vertraut und es gehört zu ihrem Alltag. Sie können ihre persönlichen Lernstrategien umsetzen und ihr Fremdsprachenlernen unterstützen und entwickeln.

Auf die Forschungsfrage inwieweit diese Nutzung ihrem impliziten Lernen beiträgt, kann man insbesondere mit dem Fragebogen eines Probanden antworten. Im Allgemeinen zeigten die Ergebnisse der Fragebögen keine großen Unterschiede voneinander. Die Studierenden waren von Anfang an positiv gegenüber YouTube-Videos. Nachdem Beispiel Kanal veränderte sich ihre Meinung gering. Nur ein Proband hatte eine viel negativere Einstellung als die anderen. Jedoch hat sich die Einstellung durch den empfohlenen YouTube Kanal im positiven Sinne verändert. Diese Ergebnisse zeigen, dass der Einsatz von YouTube-Videos das Lernen der Fremdsprache unterstützt und dass die Studierenden sich dieses bewusst sind. Auch die Nutzung der Videos für Unterhaltung u.ä. führt zur Konfrontation mit der Fremdsprache in authentischen Situationen. Je mehr die Lernenden einer Fremdsprache ausgesetzt werden, desto mehr wird das Lernen gesteigert. Auch Höfler (2016; 2017) berichtet über die Realitätsnähe und die Authentizität der YouTube Kanäle.

Die zweite Forschungsfrage lautete: „Welche sprachlichen Grundfertigkeiten und Teilfertigkeiten werden aus der Sicht der Studierenden durch Einsatz von den YouTube-Videos gefördert?“. Die Datenauswertung der beiden Fragebögen zeigte interessante Ergebnisse. Bei der Beantwortung des ersten Fragebogens hatten die Studierenden hohe Erwartungen von YouTube-Videos. Der Mittelwert der meisten sprachlichen Grund- und

Teilfertigkeiten war über 4. Der niedrigste Mittelwert betrug 3,48. Dies zeigte deutlich, dass die Studierenden überzeugt davon waren, dass die YouTube-Videos effektiv sind, um die Fertigkeiten zu verbessern. Den höchsten Mittelwert hatte das Hör-Seh-Verstehen. Die Ergebnisse des zweiten Fragebogens unterschieden sich von dem ersten. Ein gegebenes Beispiel führte die Studierenden dazu, die YouTube-Videos kritischer zu betrachten. Obwohl die Mittelwerte wenig gefallen sind, hat sich bei der Platzierung kaum etwas verändert. Auch im zweiten Fragebogen steht das Hör-Seh-Verstehen an erster Stelle. Die Forschung zeigt, wenn verschiedene Fähigkeiten unterstützt werden, dass die Menschen unterschiedlich erfolgreich sind beim Lernen. 1946 führte Edgar Dale die Erfahrungspyramide als ein Modell für das audiovisuelle Lernen von Kindern auf. Danach können sich die Menschen an 10 % des Gelesenen, 20 % an das Gehörte, 30 % an das Gesehene erinnern, wobei sie sich an 50% des Gesehenen und Gehörten erinnern (Çilenti, 1979, zit. nach Öztaş, 2008, S.545). Dies zeigt deutlich, wie wichtig das Hör-Seh-Verstehen ist. Soziale Medien wie YouTube bieten eine gute Möglichkeit für audiovisuelle Materialien, die das Hör-Seh-Verstehen unterstützen und fördern. Während die Studierenden diese audiovisuellen Materialien konsumieren, das Material selbst wieder geben und Sprechübungen machen, steigt die Rate der Erinnerung bis zu 80 %. Nach den Meinungen der Studierenden ist die Aussprache, die zweite Teilfertigkeit, die durch YouTube-Videos gefördert wird. YouTube-Videos, die von Muttersprachlern hochgeladen und geteilt werden, sind ein gutes Mittel, die Aussprache zu vermitteln. Die Studierenden können die Lippenbewegungen der Muttersprachler sehen und die Sprache in der richtigen Tonnation hören. Außerdem ermöglicht YouTube die Geschwindigkeit der Videos zu beschleunigen oder zu verlangsamen. Dadurch können die Studierenden, die für sie geeignete, optimale Geschwindigkeit auswählen und ihr Verstehen erhöhen. Ein weiterer wichtiger Vorteil ist die Pause und Rückspulfunktion. Die Studierenden können das Video jeder Zeit anhalten und wiederholt abspielen. Auf diese Weise bekommen sie auch eine

Gelegenheit, die Aussprache selbst zu trainieren. Die sprachliche Teilfertigkeit Wortschatz wird von den Studierenden an dritter Stelle genannt, die von YouTube gefördert wird. YouTube bietet eine gute Möglichkeit für authentisches Material. Die meisten YouTube-Videos sind realitätsbezogen. Diese Eigenschaft der Videos schafft für die Studierenden eine Gelegenheit unbekannte Wörter und Strukturen im natürlichen Gebrauch zu sehen und zu hören. Durch diese Authentizität ist das Lernen neuer Wörter und somit auch die Erweiterung des Wortschatzes gewährleistet. Auch Pikhala-Posti (2012) betont die Wichtigkeit der Authentizität für das Sprachenlernen. Nach den Meinungen der Studierenden ist Schreiben die sprachliche Grundfertigkeit, die am wenigsten durch YouTube gefördert wird. Diese Antwort ist gut nachvollziehbar, denn YouTube ist eine Plattform unter den sozialen Medien, die audio-visuell ausgeprägt ist. Das Schreiben über YouTube kann nur durch die Kommentarfunktion stattfinden. Diese Funktion ist beliebig einstellbar. Die Besitzer/innen der Videos können die Kommentarfunktion ausstellen, somit haben die Zuschauer/innen keine Möglichkeit Etwas unter die Videos zu schreiben. Die sprachliche Grundfertigkeit Schreiben kann mit anderen sozialen Medien besser unterstützt werden. Weblogs, Microblogs, Wikis und Foren sind für diese Fertigkeit viel geeigneter.

„Inwiefern können YouTube-Videos das autonome Lernen der Studierenden im positiven Sinne beeinflussen?“ war die dritte Forschungsfrage. Wie die Forschungsergebnisse der Befragung zeigen, dass die Studierenden das Lernen mit den YouTube-Videos motivierend finden. Der Reiz neuer Medien kann die extrinsische Motivation sichern. Die Verantwortung für das Lernen mit YouTube-Videos liegt vollkommen bei den Studierenden. Sie können ihr Lernen je nach ihren eigenen Vorlieben einteilen und ihre eigenen Lernstrategien einsetzen. Sie sind Ort- und Zeitungebunden und somit in der Lage nach Belieben und nach ihrem eigenen Timing zu lernen. Diese Eigenständigkeit und Verantwortung steigert ihre intrinsische Motivation und schafft somit eine gute Basis für ihre

Lernerautonomie. Die Befragungen zeigen auch, dass die Studierenden das Potenzial der YouTube-Videos für das autonome Lernen gesehen haben. So haben Aussagen wie, „Ich denke, dass sich mein Lernverhalten mit dem YouTube-Kanal „Lernen mit Ida“ im positiven Sinne verändert hat.“ und „Ich denke, dass YouTube-Videos das autonome Lernen unterstützen.“ eine relativ hohe Durchschnittsquote. Auch Öztürk und Talas (2015) betonen die Ungebundenheit der Lernenden, welches ein Vorteil für das autonome Lernen schafft. Die Mehrheit der Studierenden ist auch der Meinung, dass das Lernen mit YouTube-Videos effizienter und amüsanter ist, als das Lernen mit klassischen Materialien. Diese Aussagen kräftigen die Meinung, dass YouTube-Videos für die neue Generation ein unumgängliches Lernmaterial sind und für ihre Lernmotivation von bedeutender Wichtigkeit sind. Die Ergebnisse zeigen Ähnlichkeiten mit den Ergebnissen von Alm (2006), Höfler (2016; 2017) und Rummler und Wolf (2012).

Die vierte Forschungsfrage war die Bewertung der Studierenden über den möglichen Einsatz von YouTube-Videos in universitären Lehrveranstaltungen. Die Ergebnisse der Fragebögen zeigen, dass die Studierenden sowohl im ersten Fragebogen, als auch im zweiten Fragebogen den möglichen Einsatz der Videos in Lehrveranstaltungen positiv bewerten. Die Studie von Wang und Chen (2019) unterstützt diese Bewertung der Studierenden. Auch in dieser Studie bewerteten die taiwanesischen Studierenden die YouTube-Videos positiv und bereichernd für ihre Lernmotivation. Die Studierenden sind eine Generation, die mit dem Umgang der sozialen Medien vertraut sind. Soziale Medien gehören zu ihrem täglichen Leben und sie setzen diese auch gezielt in ihren eigenen Lernstrategien ein. YouTube gehört auch zu ihrem Alltag und sie möchten, dass solche Medien in der Universität eingesetzt werden. Es ist wichtig die sozialen Medien zu didaktisieren und in die universitären Lehrveranstaltungen einzubringen. So bekommen die Studierenden erste Beispiele für den möglichen Einsatz von sozialen Medien und können diese Erfahrungen in ihrer späteren Unterrichtstätigkeit

reflektieren. Auch Barberi et al. (2016) betonen die medienpädagogische Didaktisierung von YouTube-Videos, um sie im Fremdsprachenunterricht gezielt zu nutzen. Ein weiterer Vorteil ist hier auch das Lernen durch Reflexion, die von Rummler und Wolf (2012) als ein Lernmodell für den Einsatz von YouTube-Videos gezeigt wird.

Die letzte Forschungsfrage lautete: „Welche Meinungen haben die Studierenden zum möglichen Einsatz von YouTube-Videos in ihrer späteren Unterrichtstätigkeit?“. Beide Fragebögen zeigten, dass die Mehrheit der Studierenden YouTube-Videos in ihrer späteren Unterrichtstätigkeit benutzen möchten. Die Studierenden können sich vorstellen sowohl die Videos von „Lernen mit Ida“ zu benutzen, als auch andere YouTube-Videos. Die Studierenden selbst verbringen im Durchschnitt 2,8 Stunden Zeit um deutschsprachige Videos anzuschauen. Die Generation, die sie unterrichten werden, ist mit den sozialen Medien anvertraut und verbringt wahrscheinlich genauso viel Zeit mit ihnen, wie sie selbst. Diesen Aspekt sollte man nutzen und die sozialen Medien so in den Unterricht integrieren, dass sie den Lernenden den Reiz des Sprachenlernens vermitteln, ihre Motivation erhöhen und ihr autonomes Lernen stärken. Die Studie von Alm (2006) zeigt, positive Ergebnisse in der Integration von YouTube im Fremdsprachenunterricht. Das Projekt dient als ein gutes Beispiel für die Studierenden für ihre spätere Unterrichtstätigkeit. Die Bewusstheit der Studierenden und ihre positive Einstellung gegenüber der Benutzung von YouTube-Videos in ihrer späteren Berufstätigkeit können durch eine gezielte Schulung eine gute Basis für eine vielfältige und fruchtbare Unterrichtstätigkeit führen.

Kapitel VII

Ausblick

7. Schlusswort

Die Lernenden möchten nicht nur Grammatik und Wortschatz lernen, sie möchten auch die Kultur und das Land besser kennenlernen. Ein solches Interesse ist auch eine gute Voraussetzung, um eine Sprache zu lernen.

Aktives Lernen, soziales Lernen, Berufsfähigkeit durch Kompetenzorientierung, Lernendenzentriert sind Begriffe, die die neue Lern- und Lehrkultur beinhalten. Diese didaktischen Prinzipien können mit und ohne soziale Medien realisiert werden. Jedoch bietet die Digitalisierung Vorteile, wie die Individualisierung der Lerngewohnheiten der Lernenden. Es ist empfehlenswert, die Studierenden so auszubilden, dass sie sich an die Neuheiten der Technologie adaptieren können. Das türkische Bildungsministerium (MEB) hat 2017 eine Kompetenzen-Liste für Lehrkräfte veröffentlicht (MEB-Öğretmenlik Mesleği Genel Yeterlilikleri, 2017). Diese besagt, dass sich die Lehrkräfte auf den aktuellen technischen Fortschritt halten müssen, damit sie diesen gezielt im Unterricht einsetzen können. Es wird von ihnen erwartet, dass sie neue technische Mittel und Materialien entwickeln und diese im Unterricht einsetzen.

Die Technologie entwickelt sich rasant, deswegen müssen wir uns als Lehrkräfte an die Entwicklung anpassen. In diesem Sinne betont Akpınar (2020), dass die Lehrkräfte nicht nur pädagogisches Fachwissen benötigen, sondern dieses mit dem technischen Fachwissen verbinden müssen. Mit dem sogenannten technisch - pädagogischem Fachwissen können die Lehrkräfte die neuen technischen Medien im Unterricht gezielter einsetzen. In diesem Sinne setzt man die YouTube-Videos nicht beiläufig im Unterricht ein, sondern sensibilisiert zuerst die Lernenden im Unterricht auf das Thema und bereitet sie vor. Das Interesse der Lernenden

wird geweckt und in diesem Sinne können die Lernenden das Gelernte in YouTube-Videos reflektieren. Jedoch sollte hier auch betont werden, dass die Lehramtstudierenden in Seminaren wie Mediendidaktik und/oder Medienpädagogik geschult werden müssen, damit sie die neuen Medien in ihrer späteren Berufslaufbahn gezielter einsetzen können. Zurzeit sind diese Seminare in den türkischen Erziehungswissenschaftlichen Fakultäten keine Pflichtfächer.

Nach Güler (2005) hat der Fremdsprachenunterricht die Ziele, den Lernenden die Möglichkeit zu bieten produktive und rezeptive Fertigkeiten zu erlangen, um in der Fremdsprache effektiv kommunizieren zu können, die Entwicklung der Lernbereitschaft zu unterstützen und die positive Einstellung zum Fremdsprachenlernen zu gewährleisten. Authentizität ist ein wichtiger Punkt, um diese Ziele zu erreichen. Lebensnahe Situationen und authentische Dialoge sind in der Umgebung, in der die Sprache gesprochen wird, gewöhnlich. Jedoch ist die Übertragung dieser Authentizität ins Klassenzimmer nicht einfach. YouTube-Videos von Muttersprachlern und Videos mit authentischen Inhalten können eine gute Lösung sein.

Die empirische Untersuchung dieser Masterarbeit wurde nur mit einer Studierendengruppe an der Bursa Uludağ Universität durchgeführt und zielte ausschließlich an die deutsche Sprache. Deswegen dient diese Arbeit als Leitfaden für spätere Forschungen und soll anderen Forschern/innen eine Inspiration verleihen für weitere Untersuchungen. Der Bereich soziale Medien im Unterricht ist sehr weitreichend und sollte noch genauer untersucht werden.

8. Implikationen in den Unterricht

Die Institutionen sollten die YouTube Lernvideos nicht als Rivalen sehen, der ihren Platz als Fremdsprachenlehrende wegnehmen würde, sondern man sollte solche Videos

gezielt einsetzen um den Unterricht zu bereichern, um die Motivation und die Lernerautonomie der Lernenden zu steigern.

Die YouTube Videos führen vielleicht nicht zum besseren Lernerfolg, jedoch könnten sie durchaus als ein didaktisches Mittel genutzt werden als Leitfaden für das Lernen zu dienen. Weitere empirische Untersuchungen für den direkten Einsatz von YouTube-Videos im universitären oder gymnasialen Unterricht wären empfehlenswert, um mehr Daten für den Lernerfolg zu erhalten.

Durchaus ist es empfehlenswert die Potenziale der heutigen Generation im Umgang mit digitalen Medien und somit auch sozialen Medien in der Ausbildung der Fremdsprachenlehrkräfte zu nutzen. Durch eine Didaktisierung kann das vorhandene Wissen über soziale Medien in den Unterricht eingebettet werden. Die Lehramtstudierende erhalten somit eine gute Möglichkeit ihre Basiskenntnisse umzusetzen und auch in ihrem späteren Berufsleben einzusetzen.

Die sozialen Medien bieten eine breite Auswahl an verschiedenen Unterkategorien, die bereits am Anfang erläutert wurden. Diese Auswahl ermöglicht auch den Lehrkräften verschiedene Möglichkeiten die Medien in den Sprachunterricht zu integrieren und neue Möglichkeiten und Anreize für das Fremdsprachenlernen zu bieten.

YouTube bietet die Möglichkeit aktiv mitzuwirken. Nicht nur das Konsumieren, sondern das Produzieren von Videos kann durch die konstruktivistische Leitung der Lehrkräfte die Lernenden im Bereich des Fremdsprachenlernens fördern.

Blogeinträge in Wikis können die Schreibkompetenzen in der Fremdsprache fördern und erweitern. Diese können zusammen mit den Lernenden als Projektaufgabe gestartet und weitergeführt werden.

Twitter kann für Mikroblogging genutzt werden und die Lernenden können Aphorismen o. ä. in der Fremdsprache verfassen und teilen, um somit ihre Schreibkompetenzen zu fördern.

Es ist möglich, eine Instagramseite zu öffnen und kurze Videos, Quiz oder Photos in der Fremdsprache zu teilen. Hier können die Lehrkräfte selbst eine Seite erstellen und Materialien anbieten oder sie können eine Seite mit den Lernenden zusammen eröffnen und als Projekt starten.

Die Möglichkeiten sind weitreichend und mit jeder neuen technischen Entwicklung erweitert sich auch der mögliche Einsatz der sozialen Medien im Unterricht und somit auch im Fremdsprachenunterricht.

LITERATURVERZEICHNIS

- Aghaei, S., Nematbakhsh, M.A. & Farsani, H.K. (2012). Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to Web 4.0, *International Journal of Web & Semantic Technology*, 3(1), 1-10.
- Aguado, K. (2008). Wie beeinflussbar ist die lernsprachliche Entwicklung? Theoretische Überlegungen, empirische Erkenntnisse, didaktische Implikationen. *Fremdsprache Deutsch*, 3, 53-58.
- Ajjan, H. & Hartshone, R. (2008). Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests. *The Internet and Higher Education*, 11(2), 71-80.
- Akpınar, E. (2020, November). *Bütüncül Fen, Matematik, Girişimcilik ve Teknoloji Eğitimi*. S.Çepni (Moderator), 2.Uluslararası Fen, Matematik, Girişimcilik ve Teknoloji Eğitimi Kongresinde gerçekleştirilen panel, Türkiye.
- Alm, A. (2006). CALL for autonomy, competence and relatedness: Motivating language learning environments in Web 2.0. *The JALT CALL Journal*, 2(3), 29-38.
- Apeltauer, E. & Şenyıldız, A. (2015). Lernerautonomie: Vorstellungen und Einstellungen mehrsprachiger türkischer Lehramtsstudierender, *Moderna sprak*, 108 (1), 13-29.
- Barberi, A., Berger, C., & Strasser, T. (2016). Editorial 3/2016: Mediales Lernen/Lehren im Fremdsprachenunterricht beim Spracherwerb. *Medienimpulse*, 54(3). Abgerufen von: <https://journals.univie.ac.at/index.php/mp/article/view/mi1001/1103>
- Barış, M.F., & Tosun, N. (2013). Sosyal ağ ve e-portfolyo entegrasyonu: Facebook örneği. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi. *Journal of Research in Education and Teaching*, 2(2), 122-129.
- Brückner, C. (2011). Internetbasiertes Lernen und Arbeiten im Fremdsprachenunterricht – Herausforderungen und Chancen. *Forum Sprache*, 5(3), 132-146.
- Çilenti, K. (1979). *Eğitim Teknolojisi*. Ankara: Kadioğlu Matbaası.
- Daase, A., Hinrichs, B. & Settinieri, J. (2014). Befragung. In J. Settinieri, S. Demirkaya, A. Feldmeier, N. Gültekin-Karakoç & C. Riemer, *Empirische Forschungsmethoden für Deutsch als Fremd- und Zweitsprache* (S.103-119). Paderborn: Ferdinand Schöningh.
- Deci, E. & Ryan, R. (1985). *Motivation and Self-determination in Human Behaviour*. New York: Plenum.
- Deci, E. & Ryan, R. (2002). *Handbook of Self-determination Research*. Rochester: University of Rochester Press.

- Dudenredaktion (2019). *Duden Deutsches Universalwörterbuch*. Berlin: Bibliographisches Institut.
- Durdu, L. (2016). Veri Toplama Yöntemleri. In M. Y. Özden, L. Durdu, *Eğitimde Üretim Tabanlı Çalışmalar için Nitel Araştırma Yöntemleri* (S.93-124). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Ebel, A. (2018). Lehr-Lern-Videos auf YouTube als sprechwissenschaftlicher Analysegegenstand, *sprechen*, 65, 5-11.
- Efimova, M. (2019). *Deutsch Lernen mit YouTube. Evaluation des Lernangebotes am Beispiel des Kanals „24H Deutsch“* (unveröffentlichte Masterarbeit). Freie Universität Berlin, Berlin. Abgerufen von: <https://refubium.fu-berlin.de/handle/fub188/25991>
- Greenfield, Patricia M. (2009). Technology and Informal Education: What Is Taught, What Is Learned. *Science*, 323, 69-71.
- Grotjahn, R. (1987). On the Methodological Basis of Introspective Methods. In C. Færch, G. Kasper, *Introspection in Second Language Research* (S.54-81). Clevedon: Multilingual Matters.
- Gutting, D. (2020). *Marketingmix im digitalen Wandel*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hettler, U. (2010). *Social Media Marketing*. München: Oldenbourg Verlag.
- Holmes, S. (2015). *Social Media Marketing*. Abgerufen von: <http://webmasters-fernakademie.de>
- Höfler, E. (2016). YouTube-Videos: innovativ-traditionelle Textsorten für den Sprachunterricht. *Medienimpulse*, 54(3). Abgerufen von: <https://journals.univie.ac.at/index.php/mp/article/view/mi991>
- Höfler, E. (2017). Mit YouTube-Stars Fremdsprachenlernen. In A. Corti & J. Wolf (Hrsg.), *Romanische Fachdidaktik Grundlagen-Theorien-Methoden* (147-159). Münster: Waxmann.
- Jadin, T. (2012). Social Web-Based Learning: kollaborativ und informell. Ein exemplarischer Einsatz einer Social-Media-Gruppe für die Hochschullehre. In G. Csanyi, F. Reichl, & A. Steiner (Hrsg.), *Digitale Medien. Werkzeuge für exzellente Forschung und Lehre* (S. 324-334). Münster: Waxmann.
- Jones, T. & Cuthrell, K. (2011). YouTube: Educational potentials and pitfalls. *Computers in the Schools*, 28(1), 75-85.
- Kilis, S., Rapp, C. & Gülbahar, Y. (2015). Eğitimde Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Yükseköğretim Düzeyindeki Eğitimcilerin Algısı: Türkiye-Almanya Örnekleme. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3 (3), 20-28.

- Krammer, K. & Reusser, K. (2005). Unterrichtsvideos als Medium der Aus- und Weiterbildung von Lehrpersonen. *Beiträge zur Lehrerbildung*, 23(1), 35–50.
- Lepi, K. (2012). 25 Ways Teachers Can Integrate Social Media Into Education. Abgerufen von: <http://edudemic.com/2012/07/a-teachers-guide-to-social-media/>
- Mayfield, A. (2008). What is social media. Abgerufen von: https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf
- McKenna, K.Y., Green, A.S. & Gleason, M.E. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction?, *Journal of social issues*, 58(1), 9-31.
- McLoughlin, C. & Lee, M. J. W. (2008). Future learning landscapes: Transforming pedagogy through social software. *Innovate: Journal of Online Education*, 4(5). Abgerufen von: <https://nsuworks.nova.edu/innovate/vol4/iss5/1>
- McLoughlin, C. & Lee, M. J. W. (2010). Personalised and self regulated learning in the Web 2.0 era: International exemplars of innovative pedagogy using social software, *Australasian Journal of Educational Technology*, 26(1), 28-43.
- Milli Eğitim Bakanlığı MEB (2017). *Öğretmenlik Mesleği Genel Yeterlilikleri*. Abgerufen von: http://oygm.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2017_12/11115355_YYRETMENLYK_MESLEYY_GENEL_YETERLYKLERY.pdf
- O'Reilly, T. (2009). What is Web 2.0, Tim O'Reilley Media. Abgerufen von: https://play.google.com/books/reader?id=NpEk_WFCMdIC&hl=tr&lr=&printsec=frontcover&pg=GBS.PP1
- Öztaş, S. (2008). Tarih Öğretimi ve Filmler. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16(2), 543-556.
- Öztürk, M.F. & Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken*, 7(1), 101-120.
- Pennington, M. C. (1999). *Writing in an electronic medium: Research with language learners*. Houston, TX: Athelstan.
- Pihkala-Posti, L. (2012). Mit Internet und sozialen Medien Deutsch lernen. Motivationssteigerung durch "diginative" Lernwege. *GFL German as a foreign language*, 2(3), 114-137.
- Pollara, P. & Zhu, J. (2011). Social Networking and Education: Using Facebook as an Edusocial Space, *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, (S.3330-3338) Chesapeake, VA: AACE.
- Riemer, C. (2014). Forschungsmethodologie Deutsch als Fremd-und Zweitsprache. In J. Settinieri, S. Demirkaya, A. Feldmeier, N. Gültekin-Karakoç, C. Riemer, *Empirische*

- Forschungsmethoden für Deutsch als Fremd- und Zweitsprache* (S.15-27). Paderborn: Ferdinand Schöningh.
- Rummler, K. & Wolf, K. D. (2012). Lernen mit geteilten Videos: aktuelle Ergebnisse zur Nutzung, Produktion und Publikation von Onlinevideos durch Jugendliche. In W. Sützl, F. Stalder, R. Maier & T. Hug (Hrsg.), *Media, Knowledge and Education: Cultures and Ethics of Sharing. Medien – Wissen – Bildung: Kulturen und Ethiken des Teilens* (S. 253–266). Innsbruck: Innsbruck University Press.
- Rüschhoff, B. (2009). Digitale Medien und prozessorientiertes Lernen zur Förderung sprachlicher und strategischer Kompetenz im Fremdsprachenlernen. *Fremdsprache Lehren und Lernen*, 38(1), 175-188.
- Scholl, A. (2015). *Die Befragung*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Schütze, U. (2010). Zur Nachhaltigkeit Neuer Medien im Fremdsprachenunterricht, *Info DaF*, 37 (6), 577-587.
- Sträfling, N. & Krämer, N.C. (2013). Gemeinsam Lernen auf Facebook & Co.?, *Gruppendynamik & Organisationsberatung*, 44(4), 409-428.
- Surkamp, C. (2017). *Metzler Lexikon Fremdsprachendidaktik* (2.Auflage). Stuttgart: Metzler.
- Tapscott, D. & Williams A.D. (2007). *Wikinomics. Die Revolution im Netz*. München: Hanser.
- Toğay, A., Akdur, T. E., Yetişken, I. C., & Bilici, A. (2013). Eğitim süreçlerinde sosyal ağların kullanımı: Bir MYO deneyimi. Paper presented at the XIV. Akademik Bilişim Konferansı, İstanbul, 28-30.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Wang, H-C. & Chen, C. W-Y. (2019). Learning English from YouTubers: English L2 learners' self-regulated language learning on YouTube. *Innovation in Language Learning and Teaching*, 14(4), 333-349.
- We are social & Hootsuite (2019). Digital 2019. Abgerufen von: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- We are social & Hootsuite (2019b). Digital 2019: Turkey. Abgerufen von: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-turkey>
- Wolff, D. (2002). Fremdsprachenlernen als Konstruktion: Einige Anmerkungen zu einem viel diskutierten neuen Ansatz in der Fremdsprachendidaktik. *Babylonia*, 4 (2), 7-14.
- Zafarmand, N. (2010). *Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve Pr2.0*. (unveröffentlichte Masterarbeit). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Zydati, W. (2012). Fragebogenkonstruktion im Kontext des schulischen Fremdsprachenlernens. In S. Doff, *Fremdsprachenunterricht empirisch erforschen* (S.115-135). Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag.

ANHANG I

Değerli Katılımcılar,

Bu Anket, yüksek lisans tez çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

Araş. Gör. Nurseza Keleş
Eğitim Fakültesi
Alman Dili Eğitimi Anabilim Dalı

-
1. Kaç yaşındasınız? _____
 2. Cinsiyetiniz? Kadın Erkek
 3. Sosyal medya kullanırken **Almanca** dilinde video izliyor musun?
Evet Hayır
 4. **Almanca** videolar izlemek için sosyal medya aracı olarak YouTube kullanıyor musunuz?
Evet Hayır
 5. **Almanca** YouTube kanallarına aboneliğiniz var mı?
Evet Hayır
- Cevabınız evet ise, hangi kanallara aboneliğiniz var?
-

6. **Almanca** videolar izlerken sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz? Lütfen işaretleyiniz.
Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.
- Eğlence
 - Arkadaşlarımla bağlantı kurma
 - Yeni arkadaş edinme
 - Paylaşım yapmak için
 - Yorum ve/veya beğeni paylaşma
 - Kendimi geliştirme
 - Dil becerilerimi geliştirme
 - Ödev veya ders içeriği ile ilgili araştırma yapma
 - Diğer _____ (Lütfen yazınız)

7. Haftada ortalama kaç saat **Almanca** videolar izliyorsunuz? _____
8. Öğrencilik hayatınızda yabancı dil derslerinde daha önce Youtube videoları kullanıldı mı?
Evet Hayır

Aşağıdaki maddeleri okuyunuz. Her madde için “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” ifadelerinden sizin için en uygun olan ifadenin altına “X” işaretini koyunuz.

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	YouTube videoları Almanca öğrenimde fayda sağlayacağını düşünüyorum.					
2	Ders materyali olarak YouTube videoları kullanımının uygun olduğunu düşünüyorum					
3	YouTube videolarının motivasyonumu arttıracığını düşünüyorum.					
4	Üniversite derlerimde YouTube videolarının kullanılmasını isterim.					
5	Ders esnasında YouTube videolarının faydalı olacağını düşünüyorum.					
6	YouTube videoları ile tek başıma iyi Almanca öğrenebiliyorum çünkü zamana ve mekana bağlı kalmıyorum.					
7	YouTube videolarının tek başına öğrenmeyi* desteklediğini düşünüyorum. (*özerk öğrenme)					
8	Ders dışında YouTube videoları izlerken not tutmanın Almanca öğrenmeye katkıda bulunacağını düşünüyorum. (Örn. bilinmeyen kelimelerin veya yapıların not tutulması)					
9	Gelecekte öğretmen olduğumda YouTube videoları kullanmayı düşünürüm.					

"Lernen mit Ida" YouTube videoları hangi dil yetilerini ve alt becerilerini geliştirmekte fayda sağladı?		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Okuma					
2	Yazma					
3	Konuşma					
4	Görme-Dinleme-Anlama					
5	Telaffuz					
6	Ülke Bilgisi					
7	Dil Bilgisi					
8	Sözcük Dağarcığı					
9	Görme Anlama					
10	Dinleme Anlama					

ANHANG II

“Lernen mit Ida” YouTube kanalının değerlendirme anketi

Değerli Katılımcılar, bu anket yüksek lisans tezi kapsamında yapılmaktadır. Aşağıdaki maddeleri okuyunuz. Her madde için “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” ifadelerinden sizin için en uygun olan ifadenin altına “X” işaretini koyunuz. Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

Araş. Gör. Nurseza Keleş
Eğitim Fakültesi
Alman Dili Eğitimi Anabilim Dalı

- 1) Yaşınız? _____
- 2) Cinsiyetiniz? Kadın Erkek
- 3) “Lernen mit Ida” YouTube kanalından kaç bölüm izlediniz? _____

YouTube videolarını nasıl değerlendirirsiniz?		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	“Lernen mit Ida” YouTube kanalında bulunan videoların Almanca seviyesi anlaşılırdı.					
2	“Lernen mit Ida” YouTube kanalında bulunan videoların içerikleri özgün hazırlanmıştı.					
3	“Lernen mit Ida” YouTube videoları ile öğrenme motive ediciydi.					
4	“Lernen mit Ida” YouTube kanalının içeriğini ve benzer içeriklere sahip YouTube kanallarını ileride ders işleyişimde kullanmayı düşünüyorum.					
5	“Lernen mit Ida” YouTube kanalı ile öğrenme alışkanlıklarım olumlu yönde değiştiğini düşünüyorum.					
6	Genel olarak YouTube videoları ile öğrenme klasik materyallerle öğrenmeye göre daha verimli olduğunu düşünüyorum.					
7	Klasik materyallere göre genel olarak YouTube videoları ile öğrenme daha eğlencelidir.					

8	Almanca mı ilerletmek için genel olarak YouTube videoları kullanmayı düşünebilirim.					
9	Genel olarak YouTube videolarının tek başına *öğrenmeyi desteklediğini düşünüyorum. (*özerk öğrenme)					
10	Üniversitede YouTube videolarının derslerde kullanılmasını isterim.					
11	Farklı YouTube videolarını ileride ders işleyişimde kullanmak isterim.					

"Lernen mit Ida" YouTube videoları hangi dil yetilerini ve alt becerilerini geliştirmekte fayda sağladı?		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Okuma					
2	Yazma					
3	Konuşma					
4	Görme-Dinleme-Anlama					
5	Telaffuz					
6	Ülke Bilgisi					
7	Dil Bilgisi					
8	Sözcük Dağarcığı					

ÖZ GEÇMİŞ

Doğum Yeri ve Yılı : Almanya, 1984

Öğr. Gördüğü Kurumlar	:	Başlama Yılı	Bitirme Yılı	Kurum Adı
Lise	:	1995	2003	Bismarck Gymnasium
Lisans	:	2003	2007	İstanbul Üniversitesi
Yüksek Lisans	:	2017	2020	Bursa Uludağ Üniversitesi

Bildiği Yabancı Diller ve Düzeyi : Almanca – Çok iyi
İngilizce – Çok iyi
Fransızca – Orta

Çalıştığı Kurumlar	:	Başlama ve Ayrılma	Kurum
	:	1. 2007-2008	Aysanmak Makine
	:	2. 2008-2010	Kıraç Metal
	:	3. 2011-2019	Reis Group
	:	4. 2019-	Bursa Uludağ Üni.

Katıldığı Yurt içi ve Yurt Dışı Bilimsel Toplantılar : Keleş, N. (2020). *Bir Karşı Masal Örneği* „Durucuk cuk cuk“ *Aslı Eser Üzerine İnceleme*. II. International Congress on Academic Studies in Philology. Bandırma-Türkiye.

Uysal, H., Keleş, N. (2020). *Emine Sevgi Özdamar'ın „Aynadaki Avlu“ Adlı Eserinde Dil ve Kültür Aktarımı*. II. International Congress on Academic Studies in Philology. Bandırma-Türkiye.

Yayımlanamam Çalışmalar :

Keleş, N. (2020). *Bir Karşı Masal Örneği „Durucuk cuk cuk“ Aslı Eser Üzerine İnceleme*. II. International Congress on Academic Studies in Philology. Bandırma-Türkiye.

Şenyıldız, A., Barut, İ., Keleş, N., Akyıldız, Y. (2018). Kollektive videogestützte Reflexion eigener Lehrproben türkischer DaF-Studierender im Begleitseminar zum Schulpraktikum. *Anadolu University Journal of Education Faculty*, 2, 149-157.

Uysal, H., Keleş, N. (2020). *Emine Sevgi Özdamar'ın „Aynadaki Avlu“ Adlı Eserinde Dil ve Kültür Aktarımı*. II. International Congress on Academic Studies in Philology. Bandırma-Türkiye.

08.12.2020

Nurseza KELEŞ