

HAYEF: Journal of Education

RESEARCH ARTICLE

YouTube İçeriklerinin Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Örnek Alabileceği Potansiyel Davranışlar Bakımından İncelenmesi: Enes Batur Örneği

Özge ÖZEL¹, Hale ALTINKAYNAK²

¹Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü, Burdur, Türkiye

²Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Bölümü, Burdur, Türkiye

Öz

Son yıllarda internet erişimindeki büyük artış çocukların YouTube izleme oranlarını daha da arttırmıştır. Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramı'nda da değiştiği gibi, çocuk gördüğü davranışları model alarak kendi davranışlarına dönüştürür. Bu nedenle, YouTube video içeriklerinin çocukların örnek alabileceği davranışlar açısından araştırılması büyük önem arz etmektedir. Bu araştırmanın amacı YouTube içeriklerini okul öncesi dönem çocuklarının örnek alabileceği potansiyel davranışlar bakımından inceleyerek Türkiye'de en çok takipçisi bulunan 'Enes Batur'un YouTube kanalında okul öncesi dönem çocuklarının etkilenebileceği davranışlar nelerdir? sorusuna yanıt aramaktır. Bu araştırma nitel desende oluşturulmuştur. Amaçlı örneklem yöntemiyle Enes Batur YouTube kanalındaki en çok izlenen 4–20 dakika aralığındaki 20 tane video seçilerek, belirli kodlar ve temalarla içerik analizi yapılmış ve bulgulara ulaşılmıştır. Bu bulgulara göre, Enes Batur YouTube kanalındaki videoların, okul öncesi dönem çocuklarını etkileyebilecek davranışlar arasında sadece %6,50 gibi çok düşük bir oranla olumlu davranışları içerdiği gözlenmiştir. Geriye kalan kısmı ise sırasıyla küfürlü konuşmalar, hakaret ifadeleri, diğer olumsuz davranışlar (fiziksel şiddet, kaba davranışlar), israfa yönelik davranışlar, cinsel içerikli konuşmalar ve cinsiyet eşitsizliği içeren tutumlar oluşturmaktadır. Sonuç olarak, Enes Batur YouTube kanalındaki videoların çocuklar üzerindeki örnek oluşturabilecek davranışların büyük çoğunluğunun olumsuz olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Çocuk ve Medya, Davranış Gelişimi, Dijital Medya, YouTuber, YouTube İçeriği

Examination of YouTube Content in Terms of Potential Behaviors That Preschool Children Can Take as an Example: The Example of Enes Batur

Abstract

In recent years, the great increase in internet access has dramatically raised the rate of children watching YouTube. As mentioned in Bandura's Social Learning Theory, the children take the behaviors they watch on media and transform them into their own. Therefore, it is very crucial to investigate YouTube video content in terms of behaviors that children can imitate. This research aims to examine YouTube content in terms of potential behaviors that preschool children can take as an example and seek an answer to the question of what are the behaviors preschool children can be affected by watching Enes Batur's YouTube channel, which has the most followers in Turkey. This research was designed as a qualitative study. With the purposeful sampling method, 20 videos in the range of 4–20 minutes, which are the most viewed on the Enes Batur YouTube channel, were selected, content analysis was made with certain codes and themes, and the findings were reached. According to these findings, it has been observed that the videos on the Enes Batur YouTube channel contain only 6.50% of positive behaviors among behaviors that can affect preschool children. The remaining part consists of abusive speech, insulting expressions, other negative behaviors (physical violence, rude behaviors), waste-oriented behaviors, sexually explicit speech, and attitudes that include gender inequality. As a result, it has been seen that most of the exemplary behaviors of children in the videos on the Enes Batur YouTube channel are negative.

Keywords: Behavior development, child and media, digital media, YouTuber, YouTube content

Giriş

Okul öncesi dönem fiziksel, sosyal ve ruhsal olarak gelişimin en hızlı ve en kritik olduğu dönemdir. Bu dönemde kazanılan bilgi ve beceriler bireyin gelecekteki davranışlarının temellini oluşturur (Sapsağlam, 2017). Günümüzde, teknolojiye dayalı sürekli ve hızlı değişimin sadece yetişkinlere değil aynı zamanda çocuklara da hitap ettiği bir gerçektir (Şirin, 2011). Bu nedenle, teknolojinin çocuğun gelişim sürecine etki eden toplumsal değişkenler içindeki etkisi önemli hale gelmiştir.

Medyanın okul öncesi dönem çocuklarının kişilik gelişimleri başta olmak üzere tüm gelişim alanlarına genel bir etkisi olduğu artık bilinen bir gerçektir. Çocuklar izlediklerinden etkilenirler ve gördükleri davranışları benimseyerek kendi davranışlarına yansıtırlar.

Medyanın çocuk üzerindeki etkileri pek çok araştırmacı tarafından 50 yılı aşkın süredir araştırılmaktadır ve potansiyel olumsuz etkilerinden endişe duyulmaktadır. Çocukların medya ortamı son on yılda önemli ölçüde değişmiştir. İnternetin ve dijital medya platformlarının

Corresponding Author: Özge ÖZEL, E-mail: ozgeozel@mehmetakif.edu.tr

Cite this article as: Özel, Ö., & Altınkaynak, H. (2023). YouTube İçeriklerinin okul Öncesi Dönem Çocuklarının Örnek alabileceği potansiyel davranışlar bakımından İncelenmesi: enes batur Örneği. HAYEF: Journal of Education, 20(1), 11-17.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License
Available online at <https://hayefjournal.org>

hızlı bir biçimde büyümesi, yeni bir dijital medya kültürü ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, medya içeriğinin kendisi de dikkat çekici boyutlarda gelişmiştir. Günümüz medyası, daha önce hiç olmadığı kadar karmaşık, heyecan verici ve hızlı hale gelmiştir (Koolstra ve ark., 2004). Çünkü televizyondan farklı olarak, yeni medya ağları çocukları edilgen olarak özümseyen rolden alıp aktif içerik üreticilerine dönüştürmüştür (Atalay, 2019).

Çocuklar okul öncesi dönemde birçok bilgiyle ve etkileneceği durumlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Hangi türde durumlarla ve bilgilerle karşılaştıkları çocukların geleceği için belirleyici rol oynamaktadır. Özellikle okul öncesi dönem çocuklarının günlük yaşamlarına etki eden durumlar için toplum nezdinde bilinçlenme önem arz etmektedir. Teknolojinin içine doğan çocukların, medyadan ve teknolojiyen nasıl etkilendiği gözden kaçırılmaması gereken ve araştırılması gereken önemli bir konu alanıdır (Ünlükaya ve ark., 2021). TÜİK (2021) verilerine göre, Türkiye’de her yüz evden 92’sinin internet erişimi bulunmaktadır. Bu oran oldukça fazladır. Pandemi sürecinde çocukların internet erişimi de oldukça artmıştır. Uyar ve Hasdemir (2021) çocukların çok erken yaşlarda teknoloji ile etkileşiminin arttığını ve kendi dünyalarını bu yolla anlamlandırdıklarını belirtmişlerdir. Güngör ve ark. (2020)’ye göre evinde taşınabilir bilgisayar bulunan 5–6 yaş grubundan çocukların %95,7’si taşınabilir bilgisayar kullanmayı sevdiğini belirtmiştir. Bu çocukların görüşüne göre de %84,5 anne-babanın, çocuklarının taşınabilir bilgisayar kullanmasına izin verdikleri ortaya çıkmıştır. Bu veriler günümüz çağında çocukların medya araçlarıyla daha çok vakit geçirdiğinin ve medya yayınlarına çok rahat bir şekilde ulaşabildiğinin bir kanıtıdır.

Bandura’nın Sosyal Öğrenme Kuramı (1977) medyanın çocuk üzerindeki etkilerini açıklamak için kullanılan ilk teoridir. Bandura Skinner’in klasik ve edimsel şartlanmasına karşı çıkmaz ama insanın öğrenmesinde sosyal çevrenin önemini vurgular. Örneğin, çocuklar cinsiyet kimliğini anne babadan, bebekler konuşmayı çevrelerinden öğrenirler. Bandura daha sonra öğrenmenin sadece basit bir taklit olmadığını, çevredeki olayların bilişsel olarak işlenmesiyle kazandığını savunarak kuramını Sosyal Bilişsel Teori olarak adlandırmıştır. Bandura gözlem yoluyla öğrenme ile taklitten aynı olmadığını, gözlemin bire bir davranışı içermeyebileceğini savunmuştur. Levin (2013) de medyanın çocukların hem bireysel davranışlarını hem de birbirlerine olan davranışlarını çok etkilendiğini belirtmektedir. Bunun yanı sıra, medyanın çocukların öğrenme biçimlerini de şekillendirdiğini, neyi, nasıl ve ne zaman öğreneceklerini ve ne öğrenmek isteyip istemediklerini de etkilediğini oraya koymuştur.

Bandura ve Walters (1977), insanların davranışlarının sosyal öğrenmeler yoluyla, gördüklerini rol model olarak kendilerine kattığını ve bunun da kişiliklerinin şekillenmesine sebep olduğunu belirtmektedir. Çocukluk yıllarında benimsenen davranışlar ilerleyen yıllarda kişiliğe dönüşür ve bu yüzden çocukların etkileşime geçebileceği durumlar ve modeller çok önem teşkil etmektedir (Ünlükaya ve ark., 2021). Çocuklar artık sadece çevresindeki insanların davranışlarını değil, medyadan izledikleri çizgi karakterlerini, dizi oyuncularını ve YouTuber’ları da model almaktadırlar. YouTube platformunda kanal açıp, kanallarına videolar yükleyen ve izleyici kitlesine sahip olan kişilere YouTuber denir ve bu kişiler izlenme sayıları ve aldıkları reklamlarla gelir elde ederler (Sevinç, 2018).

Son yıllarda değişen medya kültürü ürünlerinden en önemlilerinden birisi de YouTube’dur. Dünyada Google’dan sonra en çok kullanılan sosyal ağ sitesi olan Youtube, Şubat 2005’te üç eski PayPal çalışanı Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından kurulmuş bir video paylaşım ve video üretim platformudur. Türkiye’de de yaygın olarak kullanılan bu platformda sadece bir e-posta hesabıyla, hiçbir ödeme yapmadan isteyen herkes bir hesap oluşturabilir ve kendi kanalları üzerinden içerikler yayınlatabilirler. Türkiye’de hesap

oluşturma yaş sınırı 13 olmasına rağmen, bu yaş sınırı altında kalan çocuklar ebeveynleri tarafından kontrol edilmediği için YouTube içeriklerine erişim sağlayabilmekte ve hatta içerik üretebilmektedirler (Atalay, 2019).

“Uluslararası alanda popüler olmasıyla birlikte kullanım yaygınlığı artan ve ulusal alanda da popülerlik kazanan YouTube, içerik sunumuyla da popüler kültür ürünü haline gelmeye başlamıştır” (Boğa & Sağlam, 2021, s. 654). Bu doğrultuda, YouTube kullanımının her geçen gün artması, YouTube’a erişim yaşının her geçen gün düşmesi, küçük çocukların içerik üretici ve izleyici olarak bu mecrada yer alması YouTube içeriklerinin çocuklar üzerindeki olası etkilerinin araştırılmasının önemini arttırmaktadır. İsrail’de 18–36 aylık çocuğu olan ebeveynler arasında yapılan bir çalışma, YouTube çevrimiçi izlemenin yeni yürümeye başlayan çocuklar arasında normal davranış haline geldiğini ve çevrimiçi izlemenin temel günlük rutinine ne kadar derinlemesine entegre olduğu gerçeğini ortaya çıkarıyor (Elias & Sulkin, 2017). Yapılan başka bir araştırma ise yaşları 6 ay ile 4 yaş arasında değişen çocukların neredeyse tamamının (%96,6) mobil cihaz kullandığını hatta çoğunun 1 yaşından önce bu cihazları kullanmaya başladığını ortaya koymuştur (Kabali ve ark., 2015). Yine aynı çalışma, ebeveynlerin bu cihazları genellikle ev işleri yaparlarken çocuklarını sakinleştirmek istediklerinde ve çocukları yatmadan önce onlara onları uyutmak için verdiklerini göstermiştir. Bu sonuçlar, teknolojinin çocuklar tarafından plansızca kullanıldığının bir göstergesidir.

Bir başka araştırma ise YouTube’un karakter eğitiminde etkili ve önemli bir yeri olduğunu göstermekte ve çocukların medyadan öğrenmelerinin daha kolay olduğunu söylemektedir (Imroaun ve ark., 2021). Çocuklar üzerinde bu kadar etkili olan YouTube’un içeriğinin analiz edilmesi çok önemli bir husus olarak ortaya çıkmaktadır. Doğru içeriklerle kullanıldığında çocuklara yarar sağlayan YouTube’un, tam tersi durumda, uygun olmayan zararlı içerikler nedeniyle çocuklara zarar verebileceğini söylemek mümkündür. 2–13 yaş arasındaki çocukların ebeveynlerinin katıldığı anket ve çeşitli görüşmelerin yapıldığı bir çalışmada ebeveynlerin üçte biri çocukların uygunsuz içeriğe eriştiğini söylemişlerdir (Buzzi, 2011). Çocuklar için olan YouTube Kids’in çocuklar için güvenliğinin araştırıldığı bir çalışmada da ise güvenli olmayan içerik destekçilerinin daha az popüler olduğu ve diğer kullanıcılarla karşılaştırıldığında daha az etkileşimde bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kaushal ve ark., 2016).

YouTube’a ya da medya içeriklerine yönelik gerçekleştirilmiş olan çok sayıda araştırma öne çıkmaktadır (Cayari, 2011; Kahveci, 2021; Kellner & Kim, 2010). Ancak çocukların izlediği video ve medya içeriklerine yönelik araştırmalar olmasına rağmen yine de yeterli sayıda araştırmaya rastlanmamıştır (Atalay, 2019; Güngör ve ark., 2020; Ünlükaya ve ark., 2021). Çocuklar toplumun geleceğidir, bu nedenle çocukların nelere maruz kaldığı, nasıl eğitildiği, nelerle vakit geçirdiği ve nelerden etkilendiği üzerinde önemle durulması gereken noktalardır. Bu nedenle, bu çalışmada Türkiye’de en çok takipçisi bulunan ve genellikle küçük yaş gruplarının izlediği Enes Batur Youtube kanalının çocukların örnek alabileceği potansiyel davranışları incelenmiş ve “Enes Batur’un YouTube kanalında okul öncesi dönem çocuklarının etkilenebileceği davranışlar nelerdir?” sorusuna yanıt aranmıştır.

Yöntem

Araştırma Deseni

Bu araştırma nitel desende düzenlenmiştir. Nitel araştırmalar, ilişkilerin, etkinliklerin, durumların ya da materyallerin niteliğinin incelendiği çalışmalardır (Büyüköztürk ve ark., 2017). Bu araştırma, okul öncesi dönem çocuklarının Enes Batur Youtube kanalından örnek alabileceği potansiyel davranışlar incelendiği için nitel araştırma desende geliştirilmiştir.

Evren ve Örneklem

Bu çalışmada, araştırmacının ilgili evrenin özelliklerini ve gerekli kriterleri belirleyerek çalışmaya dahil etmesini sağlayan amaçlı örneklem kullanılmıştır (Budak & Budak, 2014). Enes Batur YouTube kanalındaki açıklamaya göre 15,6 milyon takipçi ve 1979 video ile Türkiye'nin en çok izlenen ve en büyük YouTube kanalı olduğu belirtilmektedir. Bu kanalın istatistikleri incelendiğinde 8.940.139.842 görüntülemeye sahip olması ve çok fazla sayıda video içeriğinin yüklü olması, evreni çok büyük ve evrenin araştırılmasını zor kılmaktadır. Bu nedenle, araştırma kapsamı amaçlı örneklem yöntemiyle seçilmiştir. Araştırma kapsamına almak için, öncelikle YouTube Enes Batur kanalına girilmiş, okul öncesi dönem çocuklarının dikkat süreleri göz önünde bulundurularak süresi 4–20 dakika arasında değişen ve en çok izlenen ilk 20 video seçilerek araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Bu videolara ait istatistikler Tablo 1'de verilmiştir.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada, Enes Batur'un YouTube kanalında bulunan videolar okul öncesi dönem çocuklarının örnek alabileceği potansiyel

Tablo 1.
Araştırma kapsamındaki izlenen videoların 21 Kasım 2022 tarihli istatistikleri

	Video Adı	Yüklenme Tarihi	Süresi (dk)	İzlenme Sayısı	Beğenilme Sayısı
1	Son diss	29.09.2017	4,46	71.473.126	1,3 milyon
2	Camı kıran 100.000 kazanır	22.02.2019	18,26	30.701.826	573 bin
3	Marketteki herşeyi karıştırıp içtik	01.11.2017	12,38	28.385.215	339 bin
4	Hayat hileleri	27.05.2017	10,32	23.998.439	471 bin
5	Animasyon vs minecraft	19.06.2016	17,06	22.419.196	264 bin
6	Ayak temizlemek	8.08.2016	10,53	22.149.860	164 bin
7	Kız kardeşimin bir gün boyunca kölesi oldum	18.08.2018	15,41	21.841.454	388 bin
8	Yeni köpeğim gece	9.06.2017	12,36	20.601.018	300 bin
9	Gerçek hayatta paranormal olaylar	10.02. 2017	12,52	20.132.486	412 bin
10	Katile son yakalanan kazanır	23.12.2020	17,44	20.270.066	845 bin
11	GTA 5 hapishaneden kaçış	15.12.2016	16,41	19.963.584	261 bin
12	En zor gülmeme challenge	23.08. 2016	17,18	19.788.085	298 bin
13	Kırılmaz kutudan ilk çıkan kazanır	25.12.2020	19,33	20.509.909	495 bin
14	En komik whatsapp sevgili mesajları	01.03.2018	14,20	19.248.070	551 bin
15	Korkunç şaka	01.10.2017	15,24	18.619.923	328 bin
16	Gerçek hayatta lego	21.09.2017	18,33	18.593.616	175 bin
17	En son botu batan kazanır	23.11.2019	17,44	17.298.039	494 bin
18	Biliyom kamera arkası	21.08.2020	17,44	17.169.801	356 bin
19	15.000 kalori dev pizzayı tek seferde yemek	21.06. 2018	17,28	16.859.597	391 bin
20	Geri veya ileri	12.08. 2020	19,18	16.768.027	639 bin

davranışlar açısından incelenmiştir. Bu nedenle, çalışmada içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalar içinde en sık kullanılan içerik analizi yöntemi özellikle mesajların çeşitliliği ve sıklığı, belli bir konuşma kalıbının ya da sözcük grubunun kaç kere kullanıldığı üzerine yoğunlaşır (Merriam, 2018).

Analiz aşamasında, çalışmadaki iki araştırmacı tarafından seçilen videolar ayrı ayrı izlenerek örnek davranış oluşturabilecek tüm sözel ve fiziksel davranışlar kodlanmıştır. Sonrasında, benzer kodlar birleştirilerek temalar oluşturulmuştur. Bu temalar: “olumlu örnek davranışlar,” “olumsuz örnek davranışlar,” “küfürlü içerikler,” “hakaret (sözel şiddet) içerikleri,” “israf-aşırı tüketim,” “cinsel içerik” ve “cinsiyet eşitsizliği” olarak belirlenmiştir. İki araştırmacının oluşturduğu kodlar ve temalar karşılaştırıldığında %96’lık benzerlik gösterdiği gözlenmiştir. Ardından, araştırmaya dahil olmayan iki uzmandan oluşturulan temalar hakkında görüş alınmıştır. Son olarak da seçilen videolar belirlenen kodlar ve temalar doğrultusunda analiz edilmiştir.

Geçerlilik ve Güvenirlilik

Yıldırım ve Şimşek (2005), nitel desende hazırlanmış araştırmalardaki “geçerlilik” kavramını var olanı tüm gerçekliği ile yansıtmaya koymak olarak tanımlamıştır. Bir araştırmacının, sonuçlara nasıl ulaştığını açıklaması ve sonuçları detaylı rapor etmesi en önemli geçerlilik sağlama yöntemidir (Okuyan & Kapçak, 2016). Bu nedenle, bu çalışmada analiz aşamaları ve temalar detaylıca açıklanmıştır. Araştırılan konu ile ilgili güvenilirlik elde etmek içinse çeşitleme, katılımcı teyidi veya meslektaş teyidi kullanılabilir (Yıldırım & Şimşek, 2013). Bu çalışmadaki her video, araştırmacılar haricindeki iki uzman tarafından ikişer defa izlenerek belirlenen kodlar ve temalar ile eşleştirilmiş, sonrasında ise sonuçlar karşılaştırılarak araştırmanın güvenilirliği sağlanmıştır.

Bulgular

İçerik analizi sonucunda bulgular “olumlu örnek davranışlar,” “olumsuz örnek davranışlar,” “küfürlü içerikler,” “hakaret (sözel şiddet) içerikleri,” “israf-aşırı tüketim,” “cinsel içerik” ve “cinsiyet eşitsizliği” temalarının altında açıklanmıştır.

- **Olumlu Örnek Davranışlar:** Kişinin kendisine, çevresine, topluma ve diğer canlılara faydalı olacak biçimdeki dostluk, yardımlaşma, koruma, empati, yardımseverlik gibi davranışlarını ifade etmektedir. Çocuklar bu olumlu davranışlarını rol model alarak, gözlemleyerek ve taklit ederek öğrenirler (Gülşay Ogelman & Canbeldek, 2016). Yapılan analizler sonucunda izlenen videolarda 20 adet örnek davranış ve cümle sergilendiği gözlemlenmiştir. Bu oran, toplamda %6,53 olumlu örnek davranışa tekabül etmektedir. Bu olumlu davranışlara örnek olarak, Enes Batur'un “Yeni köpeğim Gece” adlı videosunda hayvanları sevmesi ve kendisinin de birkaç tane köpeği sahipleniyor olması verilebilir. Ayrıca diğer bir örnek olarak da “Kız kardeşimin bir günlüğüne kölesi oldum” videosunda kardeşiyle oyunlar oynaması, onu gezdirmesi, iyi bir abi olması da izleyenlerin örnek alabileceği bir tutum olabilir. Bir diğer olumlu davranış ise, “Korkunç şaka” isimli videosunun 9,50 saniyesinde spora gittiğini söylemesi ve spor yapması da sağlıklı yaşama özendirici bir davranış olarak kabul edilebilir. “15000 kalorilik dev pizzayı tek seferde yemek” isimli videoda Enes Batur'un “en sevdiğim öğün kahvaltıdır” demesi de onu model alan çocukların kahvaltıyı sevmesine yol açabilir.
- **Olumsuz Örnek Davranışlar:** Vurmak, saç çekmek, fırlatmak, bağırarak, öfkeli davranışlar sergilemek, toplum kurallarına aykırı hareketler, zorbalık, suça yönelik davranış ve tutumlar gibi geniş bir yelpazede ile ele alınmaktadır. Olumsuz davranışlar genel bir tanımla ifade edildiğinde bireyin kendisine, çevreye, topluma maddi ve manevi zararları olan etrafındakilere huzursuzluk verecek türdeki istenmeyen hareketlerini kapsamaktadır.

(Uysal ve ark., 2010). Olumsuz örnek davranışları incelendiğinde toplamda 35 adet olumsuz davranış saptanmıştır. Bu da %11,43 oranına tekabül etmektedir. Olumsuz davranış kapsamında, videolardaki fiziksel şiddet ve fiziksel olarak yaptığı zararlı hareketler kastedilmektedir. Bu çalışmada, olumsuz davranışlar küfür, hakaret, israf, cinsel içerikli konuşmalar dışındaki davranışlar olarak sınırlandırılmıştır. Videolarda izlenen olumsuz davranışlardan birisi “Ayak temizleme” isimli videosundaki 8,47’nci dakikada sesli bir şekilde geçirmesi, “Katile son yakalanan kazanır” videosundaki katil kostümünün çocukları korkutucu bir biçimde olması ve ayrıca 12,20’de insanı bıçaklama durumunun canlandırılması, 16,22’de balkondan atlama görüntüsü, okul öncesi dönem çocuğunun etkilenebileceği olumsuz örnek davranışlardandır. Yine “En son botu batan kazanır” videosundaki 4,43’te ıslak atlele arkadaşına şakayla vurmaya çalışması ve şiddeti bir espri aracı olarak kullanması da çocuklara yanlış model olacak bir davranıştır. Aynı videoda, 10,00’da su altında nefes tutmaya çalışma yarışması da çocukların görünce denemeye kalkabileceği ve nefes tutmadan kaynaklı zarar görebileceği bir davranış örneğidir. Olumsuz davranışlar başlığı altında son bir örnek daha verecek olursak “Geri veya ileri” isimli videoda 12,25’te Enes Batur’un yere tükürmesi çocukların örnek alabileceği nezaketsiz bir tutumdur.

- **Küfürlü İçerikler:** Küfür “Sövmek, sövmek için söylenen söz, sövgü” olarak tanımlanır (TDK, 2011). Küfür insanlığın asırlar boyunca kullandığı kendine has bir ifade biçimine sahip olan, olumlu veya olumsuz uç duyguları söylerken kullanılan, söylenen kişiyi rahatsız eden, etkili kelime ve cümlelerdir (Çiçek & Yağbasan, 2019). Aynı zamanda, sözel iletişimin zarar verici en güçlü örneklerinden biridir ki bu rahatsızlık sonucunda insanlar küfür yüzünden çok daha kötü hareket ve eylemlerde bulunabilmektedirler (Yılmaz, 2019). Araştırma sonucunda videolardaki en büyük paya sahip olan içeriğin küfürlü konuşmalardan oluştuğu sonucu ortaya çıkmıştır. Toplamda 121 adet küfür kelimesi ve cümlesi ile küfürlü içerikler %39,54 orana sahiptir. Araştırma kapsamında izlenen 20 videonun 19’unda küfürlü ifadeler rastlanmıştır. Etik sebeplerden dolayı bu temaya örnek verilmeyecektir.
- **Hakaret (Sözel Şiddet) İçerikleri:** Türkçe sözlükte ilk anlam olarak “Onur kırma, onura dokunma” ve ikincil olarak ise “Küçültücü söz veya davranış” (TDK, 2011) şeklinde tanımlanan hakaret, küfürden farklı olarak davranışları da kapsar. Küfürler genellikle insan vücudundan ve dinden beslenir. Hakaret ise küçük düşürücü muameleler, onura yönelik sözel ve davranışsal saldırılar gibi boyutları kapsamaktadır (Yılmaz, 2019). Araştırma sonucunda 70 tane hakaret içerikli kelime ve cümleye rastlanmıştır. Bu da %22,87’lik bir orana denk gelmektedir. Videolardaki en sık rastlanan hakaret ifadeleri “salak” “geri zekâli” ve “şerefsiz” kelimeleridir. “Camı kıran 100.000 TL kazanır” isimli videoda 0,35’te “manyak, deli” 11,45’te “kuş beyinli” 14,35’te “şerefsizsin sen” ifadeleri “Ayak temizlemek” isimli videosunda 1,23’te, 1,30’da 1,39’da ve 3,00’da “şerefsiz” ifadesi kullanılmaktadır. “Korkunç şaka” isimli videosunda amcasına ‘mc yaralı şişman’ lakabı ile seslenmektedir.
- **İsraf-Aşırı Tüketim:** İsraf kelime anlamı olarak, TDK (2011)’de “gereksiz harcama, gereksiz tüketim, savurganlık, tutumsuzluk” anlamlarına gelmektedir. İsraf çok çeşitli boyutlarda ele alınmaktadır. Hemen hemen akla gelebilen gereksiz ve boşa harcanan veya tüketilen her şey (doğal kaynaklar, yemekler, su, zaman, malzeme...) israfı girer. İsraf öncelikle israfı yapan kişiye daha sonra çevresine, ekosisteme, canlılara, doğaya ve dünyaya zarar olarak dönmektedir (Utkugün, 2022). Çoğu ekosistem ve doğal kaynaklar israfın sonucunda tahrip olmakta ve olmaya hızla devam etmektedir (Utkugün, 2022). İsrafı ve aşırı tüketime özendirici davranışlar yönünden videolar incelendiğinde, toplamda 25 tane israf-aşırı tüketime özendirici davranışlar bulunmuştur. Bu da oran

olarak %8,17’lik bir dilime denk düşmektedir. Örneğin, “Hayat hileleri” videosunda kitabın arasına ketçap sıkıp yiyerek bir kitabı israf etmektedir. Özellikle en çok israfın görüldüğü videosu “Geri vs ileri” videosudur. Bu videoda çeşitli eşyaları arabanın ön ve arka tekerine koyup ileriye ya da geriye doğru arabayı sürerek eşyaları ezmiş ve kullanılamayacak hale getirmişlerdir. Bu eşyalardan bazıları telefon, oyuncak bebek, kulaklık ve gitardır. “Son diss” isimli videosunda, 3,38’de, Enes Batur sahip olduğu 4 adet arabayı göstermektedir. Bu da aşırı tüketim davranışına özendirici bir örnektir. “Marketteki her şeyi karıştırıp içtik” isimli videoda da birbirinden farklı içecekleri karıştırarak içmeyi denemişler, sonuçta da içememiş ve içecekleri israf etmişlerdir. “En son botu batan kazanır” videosunda yüzme için kullanılan şişme kuşlu botları keserek patlatmışlar ve kullanılmaz hale getirmişlerdir.

- **Cinsel İçerik:** Cinsel içerikten kastedilen doğrudan veya dolaylı olarak müstehcen davranışlar, konuşmalar, cinsellikle ilgili ifadeler içeren mesajlar olarak çocukların maruz kaldığı içerikler olarak ele alınmaktadır. Cinsel içerik teması kapsamı için illa doğrudan cinsel bir görüntünün olmasına gerek yoktur. Yapılan konuşmalar ve verilen mesajlar da cinsel içerik kapsamında değerlendirilir (İşleyen, 2020). İzlenen videolarda toplamda 19 adet cinsel içerikli ifade yer almıştır. Bu da %6,2’lik bir orana denk gelmektedir. Örneklerden bazıları ise şunlardır: “Kırılmaz kutudan ilk çıkan kazanır” isimli videosunda 6,07’de Enes Batur’un arkadaşısı “adamın biri tanga giymişti” demiştir. 6,40’ta “içerde birisine tecavüz ediyorlar” ifadeleri yer almaktadır. “Korkunç şaka” isimli video da ise Enes Batur 3,15’te maket heykele sarılarak “Necmettin kırbaça beni”, 9,20’de “bak nasıl kokluyor beni sapık” sözlerini söylemiştir. “En son botu batan kazanır” isimli videonun 17. dakikasında da “her şey dahil masaj kazandınız” ifadesinde ima yoluyla cinsel içerikli konuşma yapılmıştır.
- **Cinsiyet Eşitsizliği:** Toplumun kadın ve erkek cinsiyetlerine yükledikleri davranışlar, görevler, sorumluluklar gibi kavramlar toplumsal cinsiyet rollerini oluşturmaktadır (Yılmaz, 2018). Bu olgular her toplumda farklılıklar gösterse de ortak kavramlar ve tanımlar mevcuttur. Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınlar çoğu toplumda cinsiyet eşitsizliğine maruz kalmakta ve bu durum onların ev, iş, sağlık, ekonomik, eğitim, siyaset ve toplum yaşamlarını da negatif etkilemektedir (Bal, 2014). Çağımızda biyolojik farklılıklardan doğmuş bu eşitsizlik yapılan çalışmalarla ve eğitimlerle önlenabilir bir durum olarak görülmektedir (Bal, 2014). Enes Batur videoları incelendiğinde, toplamda 16 defa cinsiyet eşitsizliği içeren ifadeler kullanıldığı göze çarpmaktadır. Bu da toplam oranın %5,22’sini oluşturmaktadır. Bu ifadelerden bazı örnekler şu şekildedir: “Kız kardeşimin bir gün boyunca kölesi oldum” videosunda 9,43’te Enes Batur oyuncak almak isteyen kız kardeşine şöyle demektedir: “Sen zaten anne olunca ömür boyu çamaşır, bulaşık yıkayacaksın neden çocukken oynamayı alıyoruz?”. “En zor gülmeme challenge” isimli videosunda ise içerikte 1,40’ta “karı kız kaynıyor” ve 14,27’de “karı kız kesecem” ifadeleri de kadınları aşağılayıcı birer üsluptur. “En komik whatsapp sevgili mesajları” isimli videosunun 6,30’uncu dakikasında erkek arkadaşı kızın tayla spora gitmesine izin vermemesi, 7,19’da ise kızın erkek arkadaşına kızların olduğu yerlere gitmesine izin vermemesi cinsiyet ayrımına örnektir. 10,56’da kadına “avrat” olarak hitap eden mesajın olması cinsiyet eşitsizliği kapsamında değerlendirilmiştir.

Yukarıda detayları verilen temaların frekans oranları ve yüzdelik dilimleri de aşağıdaki Şekil 1 ve Şekil 2’de verilmiştir.

Tartışma

Bu çalışmada Enes Batur YouTube kanalındaki videolar, çocukların örnek alabileceği potansiyel davranışlar yönünden



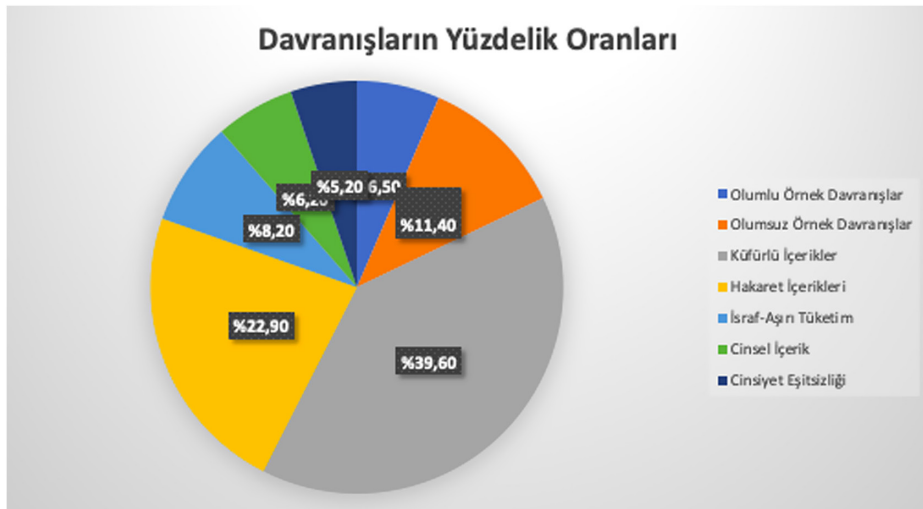
Şekil 1.
Davranışların frekansları

incelenmiştir. Araştırma sonucunda Enes Batur YouTube kanalının okul öncesi dönem çocukları üzerindeki olumlu örnek davranış, küfürleme alışkanlığı, hakaret içeriği, cinsel içerik, cinsiyet rolleri eşitsizliği, israfa ve aşırı tüketim özendiren davranışlar ve diğer olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar sergilediği sonucuna ulaşılmıştır. İzlenen videoların sadece %6,50 gibi çok düşük bir oranı olumlu davranışları içermektedir. Geriye kalan kısımları ise sırasıyla küfürlü konuşmalar, hakaret ifadeleri, diğer olumsuz davranışlar (fiziksel şiddet, kaba davranışlar), israfa yönelik davranışlar, cinsel içerikli konuşmalar ve cinsiyet eşitsizliği içeren tutumlar oluşturmaktadır. Bu sonuçlara benzer olarak, Türkiye'de en çok izlenen YouTube kanallarındaki olumsuz içerikleri araştıran geniş çaplı bir araştırmada çıkan sonuçlara bakıldığında, olumsuz unsur içermeye oranının %79,5 olduğu sonucu çıkmıştır (Ergün Özdel, 2019).

Bulgulara göre, Enes Batur kanalı olumlu davranış örnekleri açısından çok az bir orana sahiptir. Genellikle yapılan araştırmalar YouTube kanallarıyla ilgili benzer nitelikte olumsuz etkilerin olduğu sonucunda hemfikirlerdir (İşliyen, 2020; Kahveci, 2021; Sapsağlam, 2017). Araştırma sonucunda en büyük paya sahip olan ise küfürlü konuşmalardır. Kahveci 2021 yılında yaptığı benzer bir araştırmada YouTuber'ların çok fazla küfürlü konuşma ve argo içeriğe sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır. Kavuran ve Yeşil (2019) Enes Batur'un oyun videolarında kullandığı dili incelemiş ve kullanılan dilin çok cezbedici ve aynı zamanda çocukların ve gençlerin ahlaki ve

dinsel gelişimlerini bozabilecek bir yapıya sahip olduğunu sonucuna ulaşmışlardır. Analizlerin sonucunda, küfürlü konuşmalardan sonra en büyük paya sahip olan davranış hakaret yani sözel şiddet içeren ifadelerdir. Yeni medyadaki bu nefret söylemlerine oldukça sık rastlanmakta ve bu hakaret ve nefret söylemleri genellikle platform üzerinden yayın yapan kişilerin kendi ahlaki davranış biçimleriyle ilgili olduğu için bu durumun engellenmesini zorlaştırmaktadır (Çomu & Binark, 2012).

Araştırma sonuçlarında üçüncü sırada diğer olumsuz davranışlar (fiziksel şiddet, kaba hareketler) yer almaktadır. Çocuklar izlediklerinin etkisinde kalırlar ve rol model olarak gördüklerini yaparlar. Şiddeti izleyen bir çocuk şiddeti normalleştirebilir ve çevresine bunu uygulayabilir (Zorlu, 2016). İki grup çocuğun incelendiği bir araştırmada, şiddet içeriği izleyen çocukların şiddeti çevresine yansıttığı, saldırganlığa ve huysuzluğa eğilimin arttığı ortaya çıkmıştır (Zorlu, 2016). Medyanın çocuklar ve ergenler üzerinde etkilerini 10 yıllık bir süreçte inceleyen bir araştırmada, medyanın birincil etkileri, şiddet içeren ve saldırgan davranışların artması, alkol ve tütün kullanımı dahil yüksek riskli davranışların artması ve cinsel aktivitenin hızlanması olduğu saptanmıştır (Villani, 2001). Yine YouTube'daki şiddete dair yapılan bir araştırmada fiziksel ve sözel şiddetin oldukça yüksek bir oranda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Youtube'da intihar amacı olmayan kendine zarar vermenin incelendiği bir çalışmada ise kendine zarar vermenin yaygın olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Lewis ve ark., 2011).



Şekil 2.
Davranışların yüzdelik oranları

Şiddet olgusunun, izlenen Enes Batur YouTube videolarında doğrudan saldırı veya sinirlenme hali olarak değil daha çok espri malzemesi olarak kullanıldığı görülmektedir. Bunu izleyen bir çocuk, şiddeti şaka olarak algılayıp başkalarına uygulayarak başkalarının canını yakabilir. İzlenen videolarda bulunan diğer bir başlık konusu da israf ve aşırı tüketime özendirici tutumdur. Enes Batur'un videolarda kullanılabilecek birçok materyale eğlence amacı adı altında kullanamayacak hale getirerek zarar verdiği, ihtiyacını karşılayacağından daha fazla ürünler aldığı sonucuna ulaşılmıştır. YouTube'un israf ve tüketime özendirici içerikleri birçok araştırmanın konusu olmuştur. Araştırmalarda, YouTube video içeriklerinde bulunan ürün tanıtımlarının ve araya alınan reklamların sürekli satın almaya teşvik ettiği sonucuna ulaşılmıştır (Kahveci, 2021; Sapsağlam, 2017). YouTube'un ve diğer sosyal medya ağlarının artık reklamcılıkta ve pazarlamada yeni bir kaynak olarak kullanıldığı ve küçük çocukları hedef aldığı araştırmalarla ortaya konmuştur (De Veirman ve ark., 2019). Çocuklara yönelik popüler kanallarda reklamın sıklığı ve süresinin araştırıldığı bir araştırmada, yaşa uygun olmayan reklamların sık ve reklam süresinin fazla olduğu; ayrıca kenar çubuğunda çıkan reklamların ise şiddet içeren video oyunlarından oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır (Yeo ve ark., 2021). Özetle, medya endüstrisi YouTube'u neredeyse bir satış ve reklam piyasası haline getirerek ve onu kullanarak çocukları satın almaya doğrudan ve dolaylı yollarla tüketime teşvik etmektedir. Ayrıca, İspanya'da yapılan bir araştırmada ise YouTube ve çocuk obezitesi arasında bir bağlantı olduğu ve ultra işlenmiş gıdaların YouTube çocuk kanallarında %79 gibi yüksek bir orana tüketime teşvik ettiği sonucuna ulaşılmıştır (Castelló-Martínez & Tur-Viñes, 2020).

Araştırmanın bir diğer çıkan sonucu olan cinsel içerikli konuşmalar çok büyük bir orana sahip olmasa da çocukları etkileyecek nitelikte olduğu için üzerinde durulması gereken önemli bir konu başlığıdır. Cinselliğin öğrenilmesi, günümüzde medya aracılığıyla çocukların çok erken yaşlarda karşılaştığı bir durum haline gelmiştir (Yılmaz & Güney, 2021). Medyada, çocuklar için üretilen birçok çizgi filmde, cinsel içerik bariz bir şekilde vardır ve çocuklar yaşına uygun olmayan içeriklere maruz kalmaktadır (İşliyen, 2020). Son olarak, araştırmada düşük bir orana sahip olmasına rağmen nitelik bakımından asla göz ardı edilmemesi gereken bir konu olan cinsiyet eşitsizliği ifadelerine de Enes Batur YouTube kanalındaki videolarda rastlanmıştır. Enes Batur'un kendi kullandığı ifadelerinden ev temizliği, yemek, bulaşık gibi işlerin kadınlara ait olduğuna yönelik bir görüşe sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. YouTube yoluyla kız çocuklarına cinsiyetlerine uygun nasıl davranmaları gerektiği, nasıl giyinmeleri, neleri sevmeleri gibi birçok doğrudan ve subliminal yollarla mesajlar aktarıldığı da bir gerçektir (Buckingham ve ark., 2010).

Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak, Türkiye'de en fazla takipçisi olan Enes Batur YouTube kanalının en fazla izlenmeye sahip olan 4–20 dakika aralığındaki ilk yirmi videosu izlendiğinde, izleyici kitlesi olan çocuklar üzerinde olası örnek oluşturabilecek davranışların büyük çoğunluğunun olumsuz olduğu görülmüştür. Bu da gördüğü her şeyi model alan ve davranışa dönüştüren çocuklar için oldukça büyük riskler taşımaktadır. Bu nedenle, ebeveynlere ve çocuklara medya ve YouTube ile ilgili eğitimler verilerek medya okuryazarlığı hakkında bilinç kazandırılacak çalışmalar yapılmalıdır. Çocukların izlediği diğer çocuk YouTube kanalları araştırılmalı ve çocuklar için uygun olmayanlara giriş için yaş sınırlaması getirilmelidir. Son olarak, YouTube'a yüklenen videolar denetlenmeli ve kanalların başında çocuklara uygun olup olmadığıyla ilgili bilgilendirme uyarıları eklenmelidir.

Etik Komite Onayı: Bu çalışma insan-denek araştırması olmadığı için etik kurul onayı gerekmemektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir – Ö.Ö., H.A.; Tasarım – Ö.Ö., H.A.; Denetleme – Ö.Ö.; Kaynaklar – Ö.Ö., H.A.; Malzemeler – Ö.Ö., H.A.; Veri İşlemesi – Ö.Ö., H.A.; Analiz veya Yorum – Ö.Ö., H.A.; Literatür Taraması – Ö.Ö., H.A.; Yazıyı Yazan – Ö.Ö., H.A.; Eleştirel İnceleme – Ö.Ö.

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Finansal Destek: Yazarlar finansal destek almadığını bildirmişlerdir.

Ethics Committee Approval: Ethical committee approval is not required for this study since it is not human-subject research.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – Ö.Ö., H.A.; Design – Ö.Ö., H.A.; Supervision – Ö.Ö.; Resources – Ö.Ö., H.A.; Materials – Ö.Ö., H.A.; Data Processing – Ö.Ö., H.A.; Analysis and Interpretation – Ö.Ö., H.A.; Literature Search – Ö.Ö., H.A.; Writing Manuscript – Ö.Ö., H.A.; Critical Review – Ö.Ö.

Declaration of Interests: The authors declare that they have no competing interest.

Funding: The authors declared that this study has recieved no financial support.

Kaynaklar

- Atalay, G. E. (2019). Sosyal medya ve çocuk: “Babishko Family Fun TV” isimli YouTube kanalının eleştirel bir analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1, 179–202.
- Bal, M. D. (2014). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğine genel bakış. *Kadın Sağlığı Hemşireliği Dergisi*, 1(1), 15–28.
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (vol. 1). Prentice Hall.
- Boğa, E., & Sağlam, M. (2021). Dijital ortamda çocuk: Bir çocuk youtuber kanalının içeriksel analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 643–664. [\[CrossRef\]](#)
- Buckingham, D., Willett, R., Bragg, S., & Russell, R. (2010). *Sexualised goods aimed at children: A report to the Scottish Parliament Equal Opportunities Committee*. Scottish Parliament Equal Opportunities Committee.
- Budak, İ., & Budak, A. (2014). Nicel, nitel ve karma araştırmalarda örnekleme. *Eğitim Araştırmaları*, 215–242.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2017). Bilimsel araştırma yöntemleri. *Pegem Atf İndeksi*, 2017, 1–360.
- Buzzi, M. (2011). What are your children watching on YouTube? In International Conference on Advances in New Technologies, Interactive Interfaces, and Communicability (pp. 243–252). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Castelló-Martínez, A., & Tur-Viñes, V. (2020). Obesity and food-related content aimed at children on YouTube. *Clinical Obesity*, 10(5), e12389. [\[CrossRef\]](#)
- Cayari, C. (2011). The YouTube effect: How YouTube has provided new ways to consume, create, and share music. *International Journal of Education and the Arts*, 12(6), 6.
- Çiçek, A., & Yağbasan, M. (2019). Küfür ve Argonun Gündelik İletişimdeki yeri (üniversite Öğrencileri Özelinde bir alan Araştırması). *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32, 13–37.
- Çomu, O., T. Y., & Binark, M. T. D. (2012). Video paylaşım ağlarında nefret söylemi: YouTube örneği (Doctoral dissertation, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı). Oyun Videoları Örneği. *International Journal of Social Science*, 2(3), 45–62.
- De Veirman, M., Hudders, L., & Nelson, M. R. (2019). What is influencer marketing and how does it target children? A review and direction for future research. *Frontiers in Psychology*, 10, 2685. [\[CrossRef\]](#)
- Elias, N., & Sulkin, I. (2017). YouTube viewers in diapers: An exploration of factors associated with amount of toddlers' online viewing. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11(3). [\[CrossRef\]](#)
- Ergün Özdel, Z. G. (2019). *Türkiyede en çok izlenen YouTube video kanallarının çocuklara yönelik olumsuz içerikler açısından analizi* [Master's Thesis]. Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Gülây Ogelman, H., & Canbeldek, M. (2016). Anne-baba-öğretmen görüşlerine göre küçük çocukların olumlu sosyal davranışları ve anne-baba-çocuk

- olumlu sosyal davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Adıyaman University Journal of Educational Sciences*, 6(1), 96–111.
- Güngör, H., Gülay Ogelman, H., Erten Sarıkaya, H., & Körükçü, Ö. (2020). Çocukların gözünden evdeki teknolojik araçlar. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(23), 175–201.
- Imroatun, I., Widat, F., Fauziddin, M., Farida, S., & Maryam, S. (2021). Erken çocuklukta karakter eğitimi güçlendirmek için bir medya olarak YouTube. *Journal of Physics: Conference Series*, 1779(1), 012064.
- İşliyen, M. (2020). Çocuk, televizyon ve cinsellik: Çizgi filmler üzerine bir inceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(1), 443–477.
- Kabali, H. K., Irigoyen, M. M., Nunez-Davis, R., Budacki, J. G., Mohanty, S. H., Leister, K. P., & Bonner, R. L. (2015). Exposure and use of mobile media devices by young children. *Pediatrics*, 136(6), 1044–1050. [\[CrossRef\]](#)
- Kahveci, H. (2021). Sosyal medya içeriklerinin ahlaki değerler bağlamında incelenmesi: YouTube örneği. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 11(1), 204–225.
- Kaushal, R., Saha, S., Bajaj, P., & Kumaraguru, P. (2016). KidsTube: Detection, characterization and analysis of child unsafe content & promoters on YouTube. In 2016 14th Annual Conference on Privacy, Security and Trust (PST) (ss. 157–164). IEEE Publications.
- Kavuran, T., & Yeşil, A. (2019). İnteraktif medyada Youtuberların iletişim dili: Enes Batur oyun videoları örneği. *International Journal of Science*, 2(3), 45–62.
- Kellner, D., & Kim, G. (2010). YouTube, critical pedagogy, and media activism. *Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 32(1), 3–36. [\[CrossRef\]](#)
- Koolstra, C. M., Van Zanten, J., Lucassen, N., & Ishaak, N. (2004). The formal pace of Sesame Street over 26 years. *Perceptual and Motor Skills*, 99(1), 354–360. [\[CrossRef\]](#)
- Levin, D. E. (2013). *Beyond remote-controlled childhood: Teaching young children in the media age*. National Association for the Education of Young Children.
- Lewis, S. P., Heath, N. L., St Denis, J. M., & Noble, R. (2011). The scope of non-suicidal self-injury on YouTube. *Pediatrics*, 127(3), e552–e557. [\[CrossRef\]](#)
- Merriam, B. S. (2018). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber [Qualitative research: A guide to design and implementation]*. In S. Turan (trans.). Nobel Yayınları.
- Okuyan, F., & Kapçak, B. C. (2016). *Nitel araştırmada geçerlik ve güvenirlik*. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sapsağlam, Ö. (2017). Okul öncesi dönem çocuklarının değer algılarının çizdikleri resimler ve sözlü anlatımlarına göre incelenmesi: Sorumluluk değeri örneği. *Eğitim ve Bilim*, 42(189), 287–303.
- Sevinç, A. (2018). *Öğretmen adaylarının bilgi gizliliği yönetimi davranışları, internet bağımlılıkları ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları arasındaki ilişkilerin incelenmesi* [Yüksek lisans Tezi]. Fırat Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Şirin, M. R. (2011). Çocuk hakları ve medya üzerine bir ön bakış, Anne-baba, Öğretmen ve Medya Çalışanları İçin El Kitabı Çocuk Hakları ve Medya. *İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları*. 11–18.
- Türk Dil Kurumu. Adresinden Alınmıştır <https://www.tdk.gov.tr/>.
- Ünlükaya, A., Savaş, S., & Sucu, İ. (2021). YouTube çocuk kanallarında bulunan video içeriklerindeki temaların ortaya koyulmasına yönelik bir çalışma. *Journal of Business in the Digital Age*, 4(1), 33–49.
- Utkugün, C. (2021). Ortaokul öğrencilerinin israfı ilişkin algı ve davranışları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(82), 645–660.
- Uyar, M., & Hasdemir, T. (2021). Çocukların internete erişimleri ve kullanım becerileri: Ankara ili örneği. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(19), 7–38.
- Uysal, H., Altun, S. A., & Akgün, E. (2010). Okulöncesi öğretmenlerinin çocukların istenmeyen davranışları karşısında uyguladıkları stratejiler. *İlköğretim Online*, 9(3), 971–979.
- Villani, S. (2001). Medyanın çocuklar ve ergenler üzerindeki etkisi: Araştırmanın 10 yıllık bir incelemesi. *Amerikan Çocuk ve Ergen Psikiyatrisi Akademisi Dergisi*, 40(4), 392–401.
- Yeo, S. L., Schaller, A., Robb, M. B., & Radesky, J. S. (2021). Frequency and duration of advertising on popular child-directed channels on a video-sharing platform. *JAMA Network Open*, 4(5), e219890. [\[CrossRef\]](#)
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (9. Basım, ss. 41–87). Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, İ. (2019). 39 ve 41 numaralı Konya Şer'iyi sicillerinde küfür sözleri. *Akademik Dil ve Edebiyat Dergisi*, 3(3), 346–353. [\[CrossRef\]](#)
- Yılmaz, S. (2018). Toplumsal cinsiyet rollerinin günlük hayattaki yansımaları: Çorum/Alaca örneği. *İmgelem*, 2(2), 59–79.
- Yılmaz, D., & Güney, R. (2021). Medyanın çocuklar üzerindeki etkileri ve Kullanımına İlişkin Öneriler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 14(4), 486–494.
- Zorlu, Y. (2016). Medyadaki şiddet ve etkileri. *Humanities Sciences*, 11(1), 13–32.