Research Article / **Araştırma Makalesi**

**Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi**
**Eğitim Fakültesi Dergisi (BAİBÜEFD)**
Bolu Abant Izzet Baysal University
Journal of Faculty of Education

*2025, 25(2), 1393– 1414. https://dx.doi.org/ 10.17240/aibuefd.2025..-1448874*

# Youtuberları İzleme ve Onlardan Tek Yönlü Etkilenmeye İlişkin Öğrenci Görüşleri

Students' Views on Watching Youtubers and Their One-Way Influence

**Cihat YAŞAROĞLU**[1], **Meryem BOZMAZ**[2]

**Geliş Tarihi (*Received*):** 08.03.2024 **Kabul Tarihi (*Accepted*):** 02.06.2025 **Yayın Tarihi (*Published*):** 15.06.2025

**Öz:** Medya karakteri ile izleyici arasındaki bağ, parasosyal etkileşim kavramı ile açıklanmaktadır. Öğrencilerin medya platformlarından nasıl etkilendiğinin bilinmesi öğrencilerin davranışlarının anlamlandırılması ve bu konudaki planlamaların yapılabilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu araştırma, temel eğitim düzeyindeki öğrencilerin youtuberlarla tek yönlü etkilenmelerini açıklayacak şekilde parasosyal etkileşime ilişkin görüşlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırmaya dayalı bu çalışmada olgubilim deseni kullanılmıştır. Çocukların youtuberlar ile ilgili görüşlerinin daha detaylı öğrenilmesi açısından bu desen tercih edilmiştir. Araştırmanın verileri, Türkiye'nin farklı illerinde eğitim gören temel eğitim düzeyindeki 16 öğrenciden, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde betimsel çözümlemesi kullanılmıştır. Araştırmada öğrenciler çoğunlukla fenomenlerin ürettikleri içerikleri eğlence amacı ile takip ettikleri; fenomenlerin veya içeriklerin hayvan sevgisi değeri üzerinde büyük etkisinin olduğu; yaşantılarına özenme boyutu dâhil olmak üzere pek çok nedenle çocukların youtuber olmak istedikleri; bazı öğrencilerin izledikleri içerikler hakkında aileleri ile görüştüğü ancak bazılarının görüşmedikleri gibi başlıca sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırma bulguları ve veri toplama esnasındaki gözlemlere dayalı olarak ebeveynlerin çocukları ile sağlıklı iletişim kurmaları ve izledikleri içerikler üzerinden etkileşimde bulunmaları gerekliliği ile ileri araştırmaların yapılması gibi öneriler geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Parasosyal etkileşim, Sosyal medya, Youtuber, YouTube, Değerler eğitimi.

**&**

**Abstract:** The bond between the media character and the audience is explained by the concept of parasocial interaction, which is a one-way interaction between media characters and the audience. It is important to know how students are affected by media platforms. This study aims to determine the views of students at the basic education level on parasocial interaction. In this qualitative research-based study, a phenomenological design was used. This design was preferred in order to learn children's views on YouTubers in more detail. The data of the study were obtained from 16 students at the basic education level studying in different provinces of Türkiye using a semi-structured interview form. Content analysis was used to analyze the data obtained. As a result of the analysis, it was concluded that students mostly follow the phenomena and contents for entertainment purposes, phenomena or contents have a great impact on the value of animal love, most of them want to be YouTubers, they want to be YouTubers for many reasons, including the dimension of envying their lives, some of them stated that they talked to their parents about the contents, while some of them did not. Based on the research findings and observations during data collection, recommendations have been made regarding the necessity for parents to establish healthy communication with their children and engage with the content they consume. Further research on this subject is also suggested.

**Keywords:** Parasocial interaction, Social media, Phenomenon, YouTube, Values education.

**Atıf/Cite as:** Yaşaroğlu, C. & Bozmaz, M. (2025). Youtuberları izleme ve onlardan tek yönlü etkilenmeye ilişkin öğrenci görüşleri. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(2), 1393-1414, *https://dx.doi.org/ 10.17240/aibuefd.2025..-1448874*.

**İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. https://dergipark.org.tr/tr/pub/aibuelt

**Copyright** © Published by Bolu Abant Izzet Baysal University– Bolu

[1] Sorumlu Yazar: Prof. Dr. Cihat Yaşaroğlu, İnönü Üniversitesi, Temel Eğitim Bölümü, cihat.yasaroglu@inonu.edu.tr, https://orcid.org/0000-0002-9574-1789

[2] Meryem Bozmaz, Milli Eğitim Bakanlığı, Sınıf öğretmeni, meryembozmaz3144@gmail.com, https://orcid.org/0009-0003-9697-7368

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

## 1. GİRİŞ

Çocukların öğrenme araçlarından biri de çevrelerinde bulunan gerçek kişiler olan anne – baba, öğretmenler gibi yetişkinleri rol model alarak, kendilerini bu rol modeller ile özdeşleştirerek öğrenimleridir. Bununla beraber fiziki açıdan kendilerine yakın olmadıkları halde medya aracılığıyla çocukların etkisi altında kaldığı ve rol model aldığı kişiler de vardır. Çocuklar, tüm bu rol modellerden çeşitli şekillerde etkilenerek bilgi veya beceri kazanmaktadır. Günümüz şartlarını düşündüğümüzde ise özellikle çocukların ekran başında geçirdikleri zaman dilimlerinin artması ve bu süre zarfında içeriklerini izledikleri youtuberların da çocukların dünyasında rol model olarak girdiği söylenebilir. Günümüzde bu tür rol modeller ile çocukların etkilenme düzeyleri üzerine yapılan çalışmaların da artış gösterdiği görülmektedir.

Dijitalleşmenin artması ve mobil cihazların yaygınlaşması ile medya platformları küçük yaşlardan itibaren aktif kullanılmaktadır. Bir yandan çocukların ekran kullanım süreleri her geçen gün artarken diğer yandan araştırmalar göstermektedir ki yaş arttıkça ekranda geçirilen süre de artmaktadır (Kabali vd., 2015). ABD Sağlık ve İnsan Hizmetleri Bakanlığı'nın verilerine göre 8-10 yaş arası çocuklarda ekran süresi, 4 saati televizyon olmak üzere günde ortalama 6 saattir (U.S. Department of Health & Human Services, 2019). Ekran süresinin en fazla hangi platformlarda geçirildiğine bakıldığında ise YouTube'un ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Tüm bu dijital mecralar arasında YouTube, dünyada en çok tercih edilen ikinci sosyal medya platformudur (Kemp, 2023). Nitekim Google'ın reklam kaynakları, YouTube'un 2025 yılı başında Türkiye'de 57,5 milyon kullanıcıya sahip olduğunu gösteriyor (DataReportal, 2025). YouTube'da geçirilen aylık ortalama süre 23.1 saat olarak tespit edilmiştir (Kemp, 2023). Görüldüğü üzere oldukça yaygın olan YouTube'un çocuklar tarafından kullanımı da küçük yaşlardan itibaren başlamaktadır. Bir araştırmaya göre henüz üç yaşındaki çocuklar YouTube uygulamasını bilmekte ve kullanmaktadırlar (Gökçe vd., 2021; Sapsağlam, 2018). YouTube video içeriklerinin çocuklar söz konusu olunca göze çarpan diğer bir özelliği de çocuk içeren videoların izlenme oranlarıdır (Yaşaroğlu, 2020). Yapılan bir araştırma 13 yaş altı çocukların yer almış olduğu videoların, diğerlerine göre daha fazla izlendiğini ortaya koymaktadır. Hatta istatistikler, bu videoların diğer videolara göre yaklaşık üç kat daha fazla izlendiğini göstermektedir (Milliyet, 2020). Bu araştırma sonuçlarından bağımsız olarak aslında çevresinde çocukları gözlemleyen her bir kişi, ellerinde mobil araçlarla çocukların YouTube ve benzeri içerikler izlediklerini gözlemleyebilmektedir.

YouTube'a erişim ve bu platformu kullanmak oldukça kolaydır. Çocuklar YouTube'da çizgi filmler, çocuk şarkıları, oyuncak kutusu açma ve oyuncak tanıtımı gibi videolara ilgi göstermektedir (Sapsağlam, 2018). Atalay (2019) çalışmasında çocukların küçük yaşlarda medya platformları kullanmaya başladığını, bizzat ebeveynlerin destekleri ve yardımlarıyla sosyal medya hesapları açtığını ve bu mecralarda içerik ürettiğini ifade etmiştir. Ancak bu durum, avantajları olduğu kadar dezavantajları da barındırmaktadır. Mesela henüz erişkin olmayan, kendisi için zararlı olabilecek içerikleri ayırt edemeyecek yaştaki çocukların, bu platformları kullanması, içerikler oluşturması onların ahlak, beden, psikolojik gelişimlerini olumsuz etkileyebilir. Çocuk youtuberların çok erken yaşlarda ilgiye ve popülerliğe alışmaları psikolojileri üzerinde olumsuz etkiler oluşturabilme potansiyelini taşımaktadır (Kılıç & Kaya, 2021).

Diğer yandan izlenen içerikler, çocukların tüketim alışkanlıklarını da etkilemektedir. Takip edilen içerikler çocukları tüketime özendirip üretici kişilikler oluşturmalarına zarar verdiği, çocukların oyun kurma becerilerini körelttiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca çocukların cinsel kimlik oluşumları üzerinde etkileri vardır. Özellikle kız çocuklarında "ideal" güzellik algısı oluşturulma çabası yer almaktadır (Fide & Sapsağlam, 2020). YouTube videoları karşısında çocuklar yemek yemeyi, uyumayı hatta neredeyse tuvalet ihtiyaçlarını dahi unutmaktadırlar. Çocuklar YouTube'u büyük oranda eğlence amacı ile takip etmektedir. Eğlence odaklı hazırlanan YouTube videolarının bilinçsiz ve aşırı tüketimi gençler için sosyal medya bağımlılığı riskini beraberinde getirmektedir (Yurdakul, 2022). YouTube platformu ve içeriklerinin; çocukların kimlik inşa süreçlerinde, tutum ve davranışlarında, hayata bakış açıları ve hayatı algılama biçimlerinde, milli ve manevi kültürel değerlerimiz üzerinde büyük ölçüde etkili olduğunu söyleyebiliriz.

Bir önceki paragrafta YouTube içeriklerinin çocuklar üzerindeki etkileri ifade edildi. Bu içeriklerin büyük çoğunluğunun youtuberlar tarafından üretildiği dikkate alındığında youtuber kavramını da açıklamak gerekmektedir. Kanal kurarak düzenli bir şekilde içerik üreticisi olan kişiler youtuber olarak adlandırılmaktadır. Dolayısıyla YouTube ortamında çeşitli konular hakkında içerik üretip yayın yapan kişiler youtuber kimliği altında birleşmektedir (Zinderen, 2020). Youtuberlar, amatör veya profesyonel video içeriği üretebilmektedir. YouTuber olabilmek için ilk etapta iyi bir kamera ve tripod edinmek, belli bir konu/ alan seçmek ve orijinal bir kanal ismi belirlemek gibi bazı hususlara dikkat etmek gerekir. Youtuber olmak isteyen kullanıcıların yalnızca donanım değil, içerik üretimi hakkında da bilgi sahibi olması da gerekmektedir. Video içerik üretimi konusunda gerekli bilgilere hâkim olan herkes, youtuber olarak çalışabilir. Youtuber; seyahat, makyaj, eğitim, eğlence gibi farklı alanlara yönelik videolar çekip, bu videoları YouTube platformunda izleyicilerle buluşturur. Bir boyut daha var ki YouTube, youtuberlar üzerinden gelir elde ederken; youtuberlar ise takipçi ve izlenme oranı üzerinden kazanç sağlar (Yılar, 2022).

Youtuberların yaşam tarzı, kolay ve oldukça fazla kazanç sağlaması, özgür hareket etmeleri, çocuklar tarafından eğlenceli bulunmaları, doğa dostu, iletişim becerileri yüksek, dost canlısı imajları çocuklar için rol model oluşturmaktadır (Martínez & Olsson, 2019). Youtuber veya YouTube fenomenleri şöhrete dayalı olarak gerçekleşen kimlik inşası, 'bizden biri' olma imajı çerçevesinde geleneksel medyada yer alan "ünlü" statüsünün ötesinde bir karşılık bulmaktadır. Tüm bunlar youtuberların, çocukların hayatında önemli figürler olduğunu gösteriyor (Martínez & Olsson, 2019). Çocukların, bu sembolik modellerin davranışlarını gözlemledikleri dikkate alındığında aynı zamanda bu davranışları model alma ihtimalleri yükselmektedir. Bu boyutuyla bahsedilen rol modellerin sergiledikleri davranışlar, çocukların değerler eğitiminde de etkili olabilmektedir (Yaşaroğlu & Boylu, 2020).

Makalenin başında belirtildiği gibi hem çocuğun yakın çevresindeki hem de sanal dünyadaki rol modellerin çocukların dünyasında çeşitli rehberler oldukları söylenebilir. Bandura ve Mischel, Sosyal Öğrenme Teorisinde canlı, sözel ve sembolik olmak üzere üç tür modelden bahsetmektedir. Bu teoride sembolik model, kurgusal karakterler olabileceği gibi kitap, film, televizyon, video oyunları veya internet kaynaklarında yer alan gerçek kişiler de olabilirler (Bandura & Mischel, 1965). Yani youtuberlar, hem yetişkinlerin hem de çocukların dünyasında etkili olan sembolik modeller olarak nitelendirilebilirler. Bu bağlamda araştırmacılar, medya karakterlerinden etkilenme veya etkileşim kurma konusunda araştırmalar da yürütmüşlerdir. Bu konuda ilk çalışma, 1950'lerde Horton ve Wohl (1956) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmalarda televizyonun gelişmesiyle, insanların televizyonla ilgilenmesi ve oradaki medya karakterlerini takip etmeleri bir nevi sosyal etkileşim olarak görülmüştür (Horton & Wohl, 1956). İlerleyen zaman dilimlerinde araştırmacılar televizyon, radyo, sinema, sosyal medya platformları YouTube gibi yeni medya teknolojilerinin izleyicilerde medya karakteriyle gerçek bir yüz yüze iletişim kurma etkisi yarattığını ileri sürmüşlerdir. Horton ve Wohl, medya karakteri ile hedef kitle arasında medya karakterlerinden izleyicilere tek yönlü, sembolik ve izleyiciler tarafından kontrol edilen bu ilişkiyi parasosyal etkileşim olarak tanımlamışlardır (Aytulun & Sunal, 2020; Horton & Wohl, 1956). Herhangi bir medya karakterini takip eden kişilerin; bu medya karakterlerinin sanki kendisinin yanı başındaymış gibi hissetmeleri de yine parasosyal etkileşim olarak ifade edilmektedir (Horton & Wohl, 1956).

YouTube kullanım kolaylığı, erişilebilirliği ve ücretsiz içerik üretme imkânları vermesi gibi nedenlerle en çok tercih edilen medya platformlarının başında yer alması, YouTube'da herkesin içerik üretebilmesi, çocukların sanal dünyada çok daha fazla zaman geçirmesi ve diğer faktörler dikkate alındığında bu durumun çeşitli riskleri de beraberine getirdiği söylenebilir. Bu bağlamda çocukların youtuberları izleme davranışları ile youtuberlara ilişkin çeşitli alanlarda etkilenmeye ilişkin görüşlerinin ne olduğunun bilinmesi gerektiği de ortaya çıkmaktadır. Literatür incelendiğinde YouTube'un çocukların kimlik inşa süreçlerine etkisi (Atalay, 2019; Fide & Sapsağlam, 2020; Gökçe vd., 2021; Kılıç & Kaya, 2021; Özbek & Sofuoğlu Kılıç., 2020), çocuk ve gençlerin fenomenlerden etkilenme düzeyleri (Aran-Ramspott vd., 2018;

Arellano vd., 2020; Ata, 2022; Bozkurt, 2020; Pinto vd., 2023; Westenberg, 2016) üzerine çeşitli araştırmalar yapılmış olup, çocukların hangi içerikleri tercih ettikleri ve neden tercih ettikleri ile ilgili çalışmalara rastlanmamıştır. Bu çalışma, ilkokul öğrencilerinin YouTube'dan ve youtuberlardan neden ve nasıl etkilendiğini, hangi içerikleri tercih ettiği ve tercih nedenleri, YouTube kullanımının, öğrencileri nasıl ve hangi yönlerden etkilediği, arkadaşlarıyla ve aileleriyle ilişkilerini nasıl etkilediği, onların değerleri üzerinde ne tür bir etkisi olabileceğini öğrenci görüşleri çerçevesinde ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bu amaca hizmet edecek şekilde aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

1- Öğrencilerin takip ettikleri youtuberlara ilişkin genel özellikler (nasıl keşfettiği, hangi tür içerikler ürettikleri, takip etme nedenleri vb.) nelerdir?
2- Öğrenciler youtuberlardan hangi yönler ile etkilenmektedir?
3- İzlenen içerikler aile ve arkadaş ilişkilerini nasıl etkilemektedir?
4- YouTuberların öğrencilerin günlük ve gelecek kararlarına etkisi nedir?
5- YouTuberların ürettiği içeriklerin çocukların değerleri açısından etkisi var mıdır?

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma fenomenoloji (olgubilim) deseni kullanılarak tasarlanmıştır. Olgubilim deseni, farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı olarak bilemediğimiz olgulara odaklanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2008). Genel amaç, insanların yaşamlarını ve deneyimlerini nasıl anlamlandırdıklarını anlamaktır. Analiz birimi sınırlanmış bir sistem, bir vaka ise, böyle bir çalışma nitel bir vaka çalışması olarak etiketlenir. Araştırmacının, bir araştırmaya katılanlar tarafından tanımlandığı şekliyle, bir fenomenle ilgili deneyimlerinin "özünü" tanımladığı bu tür araştırmalarda yaşanan deneyimleri anlamaya odaklanır (Creswell, 2017; Moustakas, 2009). Bazı kaynaklar, fenomenoloji desene denk gelecek özellikleri temel nitel araştırma başlığı altında ele aldığı görülmektedir. Temel nitel araştırma insanların deneyimlerini nasıl yorumladıkları, dünyalarını nasıl inşa ettikleri ve deneyimlerine ne anlam yükledikleri ile temel ilgi alanını oluşturmaktadır (Merriam, 2009). Bu çalışmada da çocukların etkilendiğini düşündüğümüz ancak hakkında daha derinlemesine bilgi öğrenmeye çalıştığımız Youtuberlardan etkilenmeye ilişkin görüşlerin belirlenmesi hedeflendiğinden olgubilim deseninin kullanımı uygun görülmüştür.

### 2.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubu, amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örneklemesi ile belirlenmiştir. Maksimum çeşitlilik örneklemesinde örneklem, problemle ilgili olan ve kendi içinde benzeşik, değişken ve farklı durumlardan oluşacak şekilde belirlenmektedir (Baltacı, 2019; Yıldırım & Şimşek, 2008). Maksimum çeşitlilik, sonuçların genelleme kaygısı güdülmeden evrende olma ihtimali olan farklılıkları, zenginlikleri, benzerlikleri ortaya koymayı amaçlaması nedeniyle çalışma grubu 2021-2022 öğretim yılında temel eğitim öğrencilerinden farklı sınıf düzeyinde okuyan, farklı illerde yaşayan, kız ve erkek devlet ve özel okulda öğrenim gören 16 öğrenciden oluşmaktadır. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1**
*Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler*

| Cinsiyet | 1. sınıf | 2. sınıf | 3. sınıf | 4. sınıf | Toplam |
|---|---|---|---|---|---|
| **Kadın** | 3 | 2 | 2 | 2 | 9 |
| **Erkek** | 1 | 1 | 5 | 0 | 7 |
| **Toplam** | 4 | 3 | 7 | 2 | 16 |

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların 9'u kız, 7'si erkektir. Sınıf seviyelerine bakıldığında ise her sınıf düzeyinden öğrencinin olduğu görülmektedir.

### 2.3. Veri Toplama Aracı

Olgubilim araştırmalarında başlıca veri toplama aracı görüşmedir. Olgulara ilişkin yaşantıları ve anlamları ortaya çıkarmak için görüşmenin araştırmacılara sunduğu etkileşim, esneklik ve sondalar yoluyla irdeleme özelliklerinin kullanılması gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Araştırmanın verileri araştırmacılar tarafından oluşturulan, iki bölümden oluşan, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak toplanmıştır. Birinci bölümde katılımcı öğrencilerin cinsiyet ve sınıf seviyelerini belirlemeyi amaçlayan iki soru yer almaktadır. İkinci bölümünde ise öğrencilerin YouTube platformunda izledikleri içerikler, takip ettikleri youtuberlar, takip nedenleri, youtuberlardan nasıl ve hangi yönde etkilendikleri, izledikleri içeriklerin aile içi ilişkilere ve arkadaşlık ilişkilerine etkisine ilişkin sorular yer almaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme sorularına sonda sorular da eklenerek örnekler ve açıklamalar alabilmek, alınan cevapları detaylandırmak mümkün olabilmiştir. Böylelikle görüşmede detaya inilebilmiştir.

Görüşmelerde kullanılan görüşme formu hazırlanmadan önce kapsamı belirlemek için literatür taraması yapılmıştır. Görüşme sorularını şekillendirmek için ve öğrenci seviyesine uygun hale getirebilmek için temel eğitim düzeyindeki öğrencilerle ön görüşmeler yapılmıştır. Ön görüşmeler neticesinde sorular şekillendirilmiştir ve sorular hazırlandıktan sonra temel eğitim ve dil alanından iki uzmandan görüş alınmıştır. Uzman görüşünden faydalanılarak sorulara son şekli verilmiştir.

### 2.4. Verilerin Toplanma Süreci

Çalışmanın uygulanması için öncelikle Araştırmanın Etik İzni alt başlığında da belirtildiği gibi İnönü Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma Etik Kurulunun 20/04/2022 tarih ve 2022/9-2 sayılı kararı ile etik kurul izni alınmıştır. Görüşme formu Türkiye'nin farklı illerinde öğrenim gören temel eğitim düzeyinde 16 öğrenciyle, görüşme öncesinde öğrenci velisinden gerekli izinler alınarak yüz yüze ve çevrimiçi ortamlarda gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze görüşmeler, gönüllü katılımcılarla sakin bir ortamda ve baş başa gerçekleşmiştir. Görüşme öncesi öğrenciye açıklamalarda bulunulmuş ve çalışmanın amacından bahsedilmiştir Yapılan görüşmenin gizliliği ve görüşmede verilen cevapların üçüncü şahıslarla paylaşılmayacağı konusunda katılımcıya bilgi verilmiştir. Görüşmeler ortalama 15-20 dakika sürmüştür. 16 öğrenci ile görüştükten sonra alınan cevapların artık birbirine benzediği görülmüş, doyum noktasına ulaşıldığı düşünülerek görüşmeler sonlandırılmıştır. Böylelikle görüşmeler yaklaşık bir haftada tamamlanmıştır. Görüşme sırasında notlar alınmış ve veri kaybı olmaması adına öğrenciden ve velisinden izin alınarak ses kaydı alınıp daha sonra bu veriler kelime işlemci program aracılığıyla yazılı dokümana dönüştürülmüştür.

### 2.5. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu yaklaşıma göre elde edilen veriler, daha önce belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Veriler, araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre düzenlenebileceği gibi gözlem ve görüşmede kullanılan sorular veya boyutlar da dikkate alınabilir. Bu analiz türünde doğrudan alıntılara çok sık yer verilir (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Verilerin analizinde Yıldırım ve Şimşek'in (2008) önerdiği dört aşama olan betimsel analiz için çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve son aşama olan bulguların yorumlanması aşamaları kullanılmıştır. Öncelikle araştırma sorularından yola çıkarak veri analizi için bir çerçeve çizilmiştir. Örneğin takip edilen fenomen, takip etme nedenleri, hangi değerler bağlamında etkilendikleri gibi. İkinci aşamada her bir öğrencinin verdiği cevap okunarak temaya uygun olanlar seçilerek anlamlı ve mantıklı bir şekilde bir araya getirilmiştir. Üçüncü aşamada bulgular başlığı altında elde edilen bulgular tablolaştırılarak örnek cümlelerle sunulmuş ve son aşamada ise bulgular açıklanmış, ilişkilendirilmiş ve bu şekilde yorumlanmıştır.

## 3. BULGULAR

Bulgular başlığı altında öğrencilerin verdikleri cevaplar araştırma sorularına göre sunulmuştur.

***Öğrencilerin takip ettikleri YouTuberların genel özelliklerine ilişkin bulgular***

Bu başlık altında öğrencilerin vermiş oldukları cevaplar analiz edilmiş ve bulgular tablolaştırılarak sunulmuştur.

**Tablo 2**
*Takip Edilen Fenomenlere İlişkin Öğrenci Görüşleri*

| **Kişiler** | **Kanal ismi** | *f* |
|---|---|---|
| Enes Batur | | 5 |
| Orkun Işıtmak | | 3 |
| Lina | Prenses Lina Tv | 5 |
| Rukiye Çetinkaya | Rukiye Çetinkaya | 3 |
| Fester Abdü | Deli Mi Ne? | 3 |
| Melike | Oyuncak Tv | 2 |
| Meryem Can | | 2 |
| Cemre Solmaz | | 2 |
| Dila Kent | | 2 |
| Nevzat Özkur | | 1 |
| Mert Sarı | | 1 |
| Ecrin Su Çoban | | 1 |
| Sertaç Abi | | 1 |
| Ümidi | Ümidi | 1 |
| TheMurat | TheMurat | 1 |
| Hasan Mustan | Sesegel çocuk | 1 |
| Uras Benlioğlu | | 1 |
| Akın Kırkız | | 1 |
| Özgür Balakar | Uzunmakarna | 1 |
| Toplam | | 37 |

Öğrencilerin verdikleri cevaplar üzerinden yapılan incelemelerde, öğrencilerin oldukça geniş yelpazede youtuberları takip etikleri görülmüştür. Bu bağlamda birden fazla cevap verildiği için öğrenci sayısından fazla olarak toplamda 37 görüş ortaya çıkmıştır. Öğrenciler en çok Enes Batur ve Lina'yı takip etmektedir. Orkun Işıtmak, Rukiye Çetinkaya ve Fester Abdü ise üçer görüş belirtilerek takip edilen youtuberlar arasında yer almaktadır. Öğrencilerin verdikleri cevaplardan bazıları bu şekildedir:

*"Oyuncak Tv" (Melike isimli fenomenin YouTube kanalı) YouTube kanalını takip ediyorum." (K1)*

*"Fester Abdü'yü ve onun kanalını takip ediyorum. Kanalının İsmi Deli Mi Ne?" (K3, K6)*

*"Mycraft oyun videolarını çok seviyorum bu yüzden TheMurat kanalını takip ediyorum, zamanımın tamamını Mycraft oyununa, onunla ilgili içeriklere ayırabilirim." (K5)*

*"SeseGel çocuk "kanalını takip etmeyi seviyorum. (K10)*

Diğer bir soruda ise öğrencilerin fenomenleri nasıl keşfettikleri sorulmuştur. Öğrencilerin verdikleri cevapların analizi Tablo 3'te belirtilmiştir.

**Tablo 3**
*Fenomeni Nasıl Keşfettiğine İlişkin Öğrenci Görüşleri*

| *Fenomenleri nasıl keşfettikleri* | *f* |
|---|---|
| YouTube önerileri | 11 |
| Tavsiye | 3 |
| Toplam | 14 |

Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun youtuberları, YouTube'un önerilerinden, az bir kısmının ise tavsiyeler üzerine keşfettikleri bulgulanmıştır. Öğrencilerin görüşlerinden doğrudan alıntılar ise şu şekildedir:

*"YouTube'da gezinirken zaten bir sürü video karşıma çıkıyor. Beğendiğim video olursa izleye izleye benzer videolar da karşıma çıkıyor takip ettiğim kanalı böyle keşfetmiştim." (K4)*

*"Ablam Lina'yı takip ediyordu. Zaten bana da tavsiye etti, ben de o şekilde izlemeye başladım." (K3)*

Öğrencilere yöneltilen diğer bir soruda ise fenomenlerin ürettiği içerikler sorulmuştur. Öğrencilerin verdikleri cevaplar Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4**
*Takip Edilen Fenomenlerin Ürettikleri İçeriklere İlişkin Öğrenci Görüşleri*

| *Fenomenlerin ürettiği içerikler* | *f* |
|---|---|
| Eğlence | 14 |
| Çeşitli içerikler | 6 |
| Korku | 4 |
| Bilgi | 3 |
| Spor | 3 |
| Müzik | 1 |
| Toplam | 31 |

Öğrenciler birden fazla cevap vermişlerdir. Öğrencilerin görüşlerine göre öğrencilerin takip ettikleri YouTuberların "eğlence, korku, bilgi, spor, müzik ile çeşitli içerikler" ürettikleri görülmüştür. Öğrencilerin verdikleri cevaplardan bazıları şu şekildedir:

*"Lina'yı takip ediyorum. Lina çok komik ve eğlenceli içerikler yapıyor." (K3)*

*"Challenge videoları, oyuncak ya da bir eşyanın paketini açma gibi videolar var. O videolar beni eğlendiriyor ve heyecanlanıyorum." (K4)*

Diğer bir soruda ise çocuklara neden youtuber olmak istedikleri sorulmuş ve öğrencilerin verdikleri cevaplar Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5**

*YouTuber Olma Nedenlerine İlişkin Öğrenci Görüşleri*

| *YouTuber olma isteğinin nedenleri* | *f* |
|---|---|
| Konforlu hayat yaşama isteği | 10 |
| İnsanlara iyi örnek olma | 4 |
| Tanınmak | 2 |
| Video çekmek | 2 |
| İnsanları eğlendirme | 2 |
| Para kazanmak | 2 |
| MyCraft videoları yapmak için | 1 |
| Eğlenmek | 1 |
| Toplam | 24 |

Öğrencilerin konforlu hayat yaşama isteği, insanlara iyi örnek olma arzusu, tanınma, insanları eğlendirme, eğlenme gibi nedenlerden dolayı youtuber olmak istediklerini belirtmişlerdir. Örnek bazı öğrenci görüşleri ise şöyledir:

*"Evi çok güzel benim de evim öyle olsun istiyorum bu yüzden isterdim." (K9)*

*"Adamın Lomborginesi, Camoron arabası var. Çok lüks arabalar ve evler neden istemeyim ki.." (K6)*

*"İsterdim bir sürü hayvan besliyor, uçağa biniyor, tatile gidiyor, istediği her şeyi alıyor, çok pahalı oyuncakları alıyor, IPad'ı bile var." (K4)*

*"Evinde kocaman akvaryum var, çeşitli hayvanlar besliyor. Eğlenceli bir hayatı var ve havuzlu evi var ve sık sık ev değiştiriyorlar. Yaşadıkları ev küçük gelip daha büyük evlere yerleşiyorlar. Lina'nın hayatını yaşamak istediğim için isterdim." (K11)*

*"Takip ettiğim fenomenin yani Dila Kent'in ve Enes Batur'un çok güzel evleri var. Evleri kocaman, havuzlu ev ve evlerinin içinde merdiven var. Benim yaşadığım ev de o kadar büyük olsun ve içinde merdiven olsun istiyorum. Onların evinde onlarla yaşamayı, onların evine gitmeyi çok isterdim."(K9)*

*"YouTuberların takipçileri fazla ise para kazanıp zengin olabilirler ben de para kazanıp zengin olmak için YouTuber olmak isterdim." (K10)*

*"Fenomenler, insanlar tarafından sevilir bir sürü insan onları tanır. Ben de tanınmak ve sevilmek için fenomen olmak isterdim." (K5)*

***Öğrencilerin youtuberlardan etkilenme durumlarına ilişkin bulgular***

Çocukların youtuberlardan hangi boyutlarıyla etkilendikleri sorulmuş ve öğrencilerin verdikleri cevaplar Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6**
*Öğrencilerin YouTuberlardan Etkilendiği Yönlere İlişkin Öğrenci Görüşleri*

| *Çocukların etkilendiği youtuber özellikleri* | *F* |
|---|---|
| Yaşam tarzları | 10 |
| Gördüklerini deneme | 9 |
| Eğlence | 7 |
| Karakteri | 7 |
| Alışveriş yapma isteği | 6 |
| Kedi beslemesi | 5 |
| Giyim tarzı | 3 |
| Saç şekli/rengi | 3 |
| Challenge yapma | 2 |
| Heyecan duyma | 2 |
| Evinde yaşıyormuş hissi | 2 |
| Kitap okuması | 1 |
| Arkadaşlarından hiç ayrılmaması | 1 |
| Çılgınlık yapması | 1 |
| Hayal dünyasını zenginleştirmesi | 1 |
| Ders çalışmaya olumsuz etkisi | 1 |
| Dans etmesi | 1 |
| Şarkıları | 1 |
| Oyunları iyi oynaması | 1 |
| Futbol | 1 |
| Bilgi verici olması | 1 |
| MyCraft oyunu oynaması | 1 |
| Toplam | 67 |

Öğrencilerin birden fazla cevap verdiği bu soruda, youtuberlardan hangi yönleriyle etkilendiklerine ilişkin görüşlerinin dağılımı verilmiştir. Öğrencilerin etkilendikleri yönler çeşitlilik göstermekte olup yaşam tarzları, gördüklerini denemeleri, eğlenceli olmaları, karakterleri ile alışveriş yapmaları gibi özelliklerinin en fazla ifade edilen görüşler oldukları görülmektedir. Öğrencilerin etkilendikleri diğer özellikler tabloda görülmektedir. Örnek öğrenci görüşleri ise şu şekildedir:

*"Zamanımın neredeyse tamamında videolar izliyorum, sanal oyunlar oynuyorum. Bu yüzden ders çalışmam olumsuz etkileniyor." (K5)*

*"Takip ettiğim Lina bazen karnesini ya da okul başarısını paylaşıyor. Ben de daha çok ders çalışmak istiyorum." (K4)*

*"Ben de Lina gibi giyinmek istiyorum. Giyim tarzını beğeniyorum." (K4)*

*"Ben eskiden kitap okumazdım. Lina'nın kitap okuduğu zamanlarda benim de kitap okuyasım geliyor. Onun sayesinde kitap okumayı daha çok seviyorum. O kitap okuduğunda kitap okuyasım geliyor o oyun oynadığında*

*benim de oyun oynayasım geliyor. Onun oyun videosunu izledikten sonra bende Barbie'mle falan oynuyorum. Benim aklım fikrim hep Lina'da. Mesela o mavi rengini seviyor. Ben de artık mavi rengini seviyorum." (K12)*

*"Ben her zaman akşam sabah Lina'yı görmek istiyorum, canım her zaman onu görmek istiyor, onun hayatını yaşamak, onun gibi kedi beslemek ve saçımı onun saçı gibi yapmak istiyorum. Hayvansever olması beni olumlu etkiliyor. Mesela evine kocaman akvaryum yaptırdı. Evinde çeşit çeşit hayvanlar besliyor." (K11)*

*"Enes Batur ve Dila Kent'i kendi evimdeymiş gibi, beraber yaşıyormuşuz gibi hissediyorum. Ben de onların evine gitmeyi isterdim." (K9)*

*"MyCraft oyununda binalar yapmak evler inşa etmek kendimi mimar gibi hissettiriyor." (K8)*

*"MyCraft benim hayal dünyamı zenginleştiriyor. Orada evler yapmak, binalar inşa etmek hoşuma gidiyor. Ama gerçek hayatta bunları yapmak istemezdim. Çünkü oyunda eğlenceli ama gerçek hayatta zor olsa gerek. Bir de ağaç falan kesiyorlar ben gerçekte ağaç kesmek istemem." (K5)"*

***YouTuberların öğrencilerin günlük ve gelecek kararlarına etkisine ilişkin bulgular***

Öğrencilere, izledikleri içeriklerin geleceğe ilişkin kararlar, meslek tercihleri ile öğrencilerin alışveriş tercihlerine etkilerine ilişkin sorular sorulmuştur. Öğrencilerin verdikleri cevapların dağılımı Tablo 7'de görülmektedir.

**Tablo 7.**
*İzlenen İçeriklerin Çeşitli Alanlarda Karar Vermeye Etkisine İlişkin Öğrenci Görüşleri*

| *Çeşitli Alanlarda Kararlara Etkisi* | *f* |
|---|---|
| *Gelecek Kararlarına Etkisi* | |
| Var | 8 |
| Yok | 8 |
| Toplam | 16 |
| *Meslek Kararına Etkisi* | |
| Yok | 11 |
| Var | 5 |
| Toplam | 16 |
| *Alışveriş Tercihlerine Etkisi* | |
| Var | 11 |
| Yok | 4 |
| Toplam | 16 |

İzledikleri içeriklerin katılımcı öğrencilerin gelecek kararanlarına etkisine ilişkin görüşlerine bakıldığında öğrencilerin verdikleri cevapların yarı yarıya çıktığı görülmektedir. Öğrenci görüşleri şu şekildedir:

*"Gelecek kararımı şöyle etkiliyor diyebilirim: Gelecekte çok para kazanacağım bir iş yapmak istiyorum. Yani zengin gelecek istiyorum." (K4)*

Öğrencilerin çoğu takip ettiklerinin meslek kararına etkisi olmadığı cevabını vermiştir.

*"Akın Kırkız çok hayvan sever. Hayvanları besliyor. Ben de ondan etkilenerek veteriner olmayı düşünüyorum." (K6)*

*"Ben de YouTuber olmak istiyorum. Meslek olarak o işi yapmak istiyorum."( K10)*

Öğrencilerin çoğunun, izledikleri içeriklerin kendilerinde satın alma isteği oluşturmak suretiyle alışveriş tercihlerini etkilediğini belirtmiştir.

*"Orada gördüğüm oyuncakları almak istiyorum." (K1, K2, K4, K9, K12, K13, K14)*

*"Orada gördüğüm ilginç şeyleri almak isterdim." (K3, K6, K7, K15)*

*"Daha iyi bilgisayar, teknolojik aletler, youtuberlık için ekipmanlar almak isterdim." (K5)*

*"Pahalı şeyler alma isteği oluyor." (K15)*

***İzlenen içeriklerin aile ve arkadaş ilişkilerine etkisine ilişkin bulgular***

Diğer bir soruda ise öğrencilerin izledikleri içerikleri aileleri ile paylaşma durumları sorulmuştur. Öğrencilerin verdikleri cevaplara ilişkin dağılım Tablo 8'de verilmiştir.

**Tablo 8**
*İçerikleri Aile ile Paylaşmaya İlişkin Öğrenci Görüşleri*

| *Aile ile içerikleri paylaşmaya ilişkin görüşler* | *f* |
|---|---|
| Hiçbir zaman paylaşmaz | 8 |
| Anneyle paylaşır | 4 |
| Kardeş ile paylaşır | 2 |
| Toplam | 14 |

Öğrencilerin yarısından fazlası içerikleri aile üyeleri ile paylaşmadıklarını belirtirken diğer öğrencilerin anneleri ve kardeşleri ile paylaştıklarını belirtmişlerdir. Verilen cevaplar incelendiğinde öğrencilerin aile üyeleri ile ilgi çeken, komik videoları paylaştıkları görülmektedir. Örnek öğrenci görüşleri şu şekildedir:

*"Hoşlandığım, komik ve ilgi çekici videoları annemle paylaşırım." (K2, K4, K5, K9)*

Başka bir soruda, izledikleri içeriklerin katılımcıların aile ve arkadaşlık ilişkilerine etkilerinin olup olmadığı sorulmuştur. Öğrencilerin görüşlerine ilişkin dağılım Tablo 9'da verilmiştir.

**Tablo 9**
*İzledikleri İçeriklerin Aile ve Arkadaşlık İlişkilerine Etkisine İlişkin Öğrenci Görüşleri*

| *İzlenen içeriklerin ilişkilere etkileri* | *f* |
|---|---|
| *Aile üyeleriyle ilişkisine etkisi* | |
| Etki yok | 7 |
| Anne Baba ile ilişkisine olumlu etki | 4 |
| Anne Baba ile ilişkisine olumsuz etki | 5 |
| Kardeş ile ilişkisine olumlu etki | 4 |
| Toplam | 20 |
| *Arkadaşlarla iletişime etkisi* | |
| Etki yok | 14 |
| Olumlu etki | 2 |
| Toplam | 16 |

İzledikleri içeriklerin aile üyeleri olan ilişkilere etkilerinin farklılaştığı görülmektedir. Öğrencilerin verdikleri cevaplara göre izlenen içeriklerin aile ilişkilerine etkisi olmadığı, anne – baba ilişkisine olumlu etki, anne – baba ilişkisine olumsuz etki ve kardeşlerle olan iletişime olumlu etki kategorileri ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin görüşleri şu şekildedir:

*"Anne babamdan orada gördüğüm oyuncakları almalarını istiyorum. Fakat babamın parası her şeye yetmiyor. Bunun yanında ben de havuzlu güzel evlerde yaşamak, tatillere gitmek istiyorum. Takip ettiğim Lina, Ecrin Su gibi fenomenler açık kıyafetler giyiyorlar ben de onlardan göre göre izleye izleye bana normal gelmeye başladı. Yani kötü olduğunu düşünmüyorum, ben de öyle giyinmek istiyorum. Ama babam kötü olduğunu söylüyor ve kızıyor. İstediğim oyuncakları, eşyaları da almıyor. Ben de içimden büyüdüğümde görürsünüz siz, büyüdüğümde bana karışamazsınız diyorum, kızıyorum. Daha çok babamla tartışıyoruz." (K5)*

*"Enes Batur küfür ettiği için annem izlememi istemiyor bu da ilişkimizi biraz olumsuz etkiliyor." (K10)*

*"Takip ettiğim Murat "la le" gibi kelimeler kullanıyor mesela. Ne yapıyor la o gibi. Annem bu kelimeleri onaylamıyor. Türkçeyi güzel kullanmıyor deyip eleştiriyor. Birazcık bu açıdan olumsuz diyebilirim. "(K8)*

*"Discord uygulamasını kullandığım için ve sunucularını izlediğim için ailem bana çok kızdı. Ben de onlara çok kızdım. Odama kapandım üzüldüm. Yarım saat kadar sonra yeni videolar aradım takip etmek için. Komik eğlenceli başka içerikler buldum. Sonra kızgınlığım geçti ama argo içeren içerikleri izlememe de kızıyorlar. Bu yüzden biraz çatışıyoruz" (K5)*

*"Ablamla izlediklerimiz hakkında konuşuruz, bazen de beraber izleriz daha çok sohbet etmemizi sağlar." (K12)*

*"İzlediklerim hep annemin kontrolünde. Zaten izlememe de pek izin vermez. Derslerimde başarılı olmadığımı düşünüyor ve başarılı olmam için medya platformlarından uzak durmam gerektiğini söylüyor ve izletmiyor. Sadece müzik grubu var onu ve onlar hakkındaki bilgileri, komik videoları izleyebiliyorum. Eğer annem karışmasaydı daha çok izlerdim." (K7)*

Diğer yandan öğrencilere, izledikleri içeriklerin arkadaşlık ilişkilerine etkisi de sorulmuştur. Öğrencilerin çoğu izledikleri içeriklerin arkadaşlık ilişkilerine etkisi olmadığı cevabını verirken çok az sayıda öğrenci olumlu etkisi olduğunu belirtmiştir. Örnek öğrenci görüşleri şu şekildedir:

*"Takip ettiğim Blackpink grubunu, o grup içindeki Lisa adlı karakteri beğenmeyenlere sevmeyenlere gıcık oluyorum. Sevenlerle de arkadaşlık kuruyorum. Sevmeyen kişilerle arkadaşlık yapmak istemem." (K7)*

*"Bazen arkadaşlarıma istemeden ağzımdan küfür kaçıyor bu da arkadaşlarımla aramın bozulmasına neden oluyor, takip ettiğim fenomenin ağzı biraz bozuk. Ben de ondan biraz etkileniyorum" (K10)*

*"Arkadaşlarımla ilişkimi olumlu etkiliyor. Çünkü Lina arkadaşlarına çok iyi davranıyor, arkadaşlarını hiç bırakmıyor. Ben de arkadaşlarıma iyi davranıyorum." (K13)*

***YouTuberların ürettiği içeriklerin çocukların değerleri açısından etkisine ilişkin bulgular***

Öğrencilere, youtuberların ürettikleri içeriklerin çeşitli değerler üzerindeki olası etkilerine ilişkin görüşleri sorulmuş ve öğrencilerin verdiği cevaplar Tablo 10'da verilmiştir.

**Tablo 10**
*YouTuberların Çocukların Değerleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Öğrenci Görüşlerinin Dağılımı*

| | *Etki Yok (f)* | *Olumlu etki (f)* | *Olumsuz etki (f)* |
|---|---|---|---|
| Yardımlaşma | 8 | 8 | - |
| Sorumluluk | 14 | 2 | - |
| Sevgi | 13 | 3 | - |
| Saygı | 12 | 4 | - |
| Temizlik | 15 | - | 1 |
| Kültürel değerler | 16 | - | - |
| Dini Değerler | 14 | 1 | 1 |
| Vatan sevgisi | 12 | 3 | 1 |
| Bayrak sevgisi | 15 | 1 | - |
| Dürüstlük | 13 | 3 | - |
| Sabır | 15 | 1 | - |
| Hoşgörü | 16 | - | - |
| Çalışkanlık | 13 | 1 | 2 |
| Empati | 16 | - | - |
| Hayvan sevgisine etkisi | 4 | 12 | - |

Çalışmaya katılan öğrencilere, izledikleri içeriklerin ve youtuberların değerler üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri değer bazında farklılaşmaktadır. Öğrencilerin tamamı izledikleri içeriklerin empati, hoşgörü, kültürel değerler üzerinde; tamamına yakını sabır, bayrak sevgisi, dini değerler, temizlik, sorumluluk

dürüstlük, çalışkanlık ve saygı üzerinde herhangi bir etkisi olmadığını belirtmişlerdir. Çok az sayıda öğrenci ise youtuberların belirtilen değerler üzerinde olumlu veya olumsuz etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Öğrenci görüşlerine göre youtuberların en çok yardımlaşma değeri ve hayvan sevgisi üzerinde olumlu etkisi olduğunu belirtmişlerdir.

Öğrencilerin bu soru ile ilgili doğrudan görüşleri şu şekildedir:

*"Bazen fakirlere yardım ediyor. Bu benim yardımlaşma duygumu artırıyor." (K14)*

*"Lina'nın bir sürü hayvanı var ve onları besliyor, bakımını yapıyor. Hayvanların sorumluluğunu alması sorumlu davranması benim de sorumluluk bilincimi artırdı."(K11)*

*"Hayvan sevgimi baya bir artırıyor. O hayvanları çok seviyor" (K3)*

*"Çok fazla hayvanları var ve onları besliyor ilgileniyor o içerikte de videolar yapıyor benim de hayvan sevgim arttı" (K11)*

*"Takip ettiğim bütün fenomenler biraz da olsa pisler. Bu da beni olumsuz etkiliyor."(K15)*

*"Böyle içerikler yok ki hiç (kültürel değerler)." (K1)*

*"Ramazan'da yardım kolisi yapmıştı. Ramazan bilinci, yardım konusunda falan olumlu etkilendim." (K5)*

*"Ybj vatanına küfür ediyor yurt dışında yaşamak daha iyi daha güzel gibi şeyler söylüyor ben de bundan biraz olumsuz etkileniyorum." (K16)*

*" Fester Abdü aşırı derecede vatansever bir adam. Onun bu yönü beni olumlu etkiliyor. Bayrak sevgimi artırıyor."(K15)*

*"Çocuklar hiç sabırlı olmaz ki…" (K11)*

*"Ben hiç sabırlı biri değilim. Bunun videolarla içeriklerle alakası yok ama çok sabırsızım." (K2)*

*"Ben aşırı sabırsızım. Biraz da içerikler beni sabırsızlandırdığı için olumsuz etkiliyor." (K4)*

*"Çok fazla video izlediğim ve MyCraft oynadığım için ders çalışmamı olumsuz etkiliyor olabilir. Çünkü bazen ödevlerimi yapamıyorum geç kalıyorum." (K8)*

*"Tüm zamanlarımda video izlemek istiyorum. Bu yüzden fazla ders çalışmıyorum."* (K5)

*"Kedisi ve pek çok hayvanı var ve ben de kedi beslemek istiyorum. Hayvan sevgim arttı." (K12)*

*"Eskiden köpeklerden korkardım. Onun sayesinde köpek korkumu yendim." (K1)*

*"Kedi besliyor ve onunla videolar yapıyor. Kedinin bakımını falan da yapıyor. Ben de kedi beslemek istiyorum." (K11)*

## 4. TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Öğrencilerin youtuberlardan tek yönlü etkilenmelerine ilişkin görüşlerinin alındığı bu araştırmada ulaşılan sonuçlar araştırma sorularına göre sınıflandırılarak bu başlık altında sunulmuş ve tartışılmıştır.

**Öğrencilerin takip ettikleri youtuberların genel özelliklerine ilişkin sonuçlar**

Araştırmaya katılan öğrencilerin Enes Batur, Lina, Orkun Işıtmak, Rukiye Çetinkaya, Fester Abdü, Melike, Sertaç Abi, Hasan Mustan ve Ümidi gibi youtuberları izledikleri görülmektedir. Social Blade'in (2024) yapmış olduğu bir analizde bu listede yer alan bazı youtuberların sıralaması incelenebilmektedir. Mesela Enes Batur 16.3 milyon takipçi ile 6. sırada yer alırken Orkun Işıtmak 11.8 milyon takipçi ile 15., Meryem Can 5.2 milyon takipçi ile 73, Hasan Mustan'ın kanalı olan Sesegel Çocuk 4.33 milyon takipçi ile

102, Rukiye Çetinkaya 3.56 milyon takipçi ile 142, Lina 1.3 milyon abone ile 328. sırada yer almaktadır (https://socialblade.com/).

Araştırmaya katılan öğrencilerin neredeyse tamamı, takip ettiği fenomeni veya içeriği YouTube'un; birkaç öğrenci ise yakın çevrenin önerileri ile keşfettiklerini belirtmişlerdir. Özbek ve Sofuoğlu Kılıç (2020) ise çalışmalarında çocukların izledikleri içerikleri kendi seçimleriyle belirlediklerini ifade ettikleri görülmüştür. Burada YouTube önerilerinin nasıl çalıştığına değinilebilir. Öneriler, YouTube'daki genel izleyici kitlesinin önemli bir kısmını, kanal aboneliklerinden veya aramalardan bile daha fazla yönlendirir. Öneri sistemi, insanların izlemek istedikleri videoları bulmalarına yardımcı olma ve onlara değer katma gibi basit bir ilke üzerine kurulmuştur. Herkesin kendine özgü izleme alışkanlıkları olduğu gerçeğinden hareketle öneri sistemi başlamaktadır. Bu sistem daha sonra izleme alışkanlıkları benzer olanları karşılaştırır ve bu bilgiyi kişinin izlemek isteyebileceği diğer içerikleri önermek için kullanır. Öneri sistemini inceleyen YouTube Mühendislik Başkan Yardımcısı Goodrow, kendi tecrübesi üzerinde önerilen bir kanalı anlatmaktadır. Bu tecrübeye göre YouTube sistemi kendi kızına Tyler Oakley'den videolar önermiştir. Çünkü kızının sıklıkla izlediği Vlogbrothers'ı izleyen birçok kişi o zamanlar Tyler Oakley'i de izlemektedir. Goodrow, bu öneri neticesinde kızının yeni önerilen YouTuberın büyük bir hayranı olduğunu belirtmektedir (Goodrow, 2021).

Bu araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç da öğrencilerin, youtuberlar tarafından üretilen hangi tür içerikleri tercih ettiklerini göstermektedir. Araştırmaya katılan öğrenciler, eğlence, korku, bilgi, spor, müzik gibi içerikler izlemeyi tercih ettiklerini göstermektedir. Katılımcıların en fazla tercih ettikleri içerik türü eğlence içerikleri olup nadir olarak bilgi, araştırma, spor gibi video içeriklere yer verildiği belirtilmiştir. Öğrenciler çoğunlukla uzun videoları sıkıcı bulup hızlandırarak izlemektedir. Önceleri bu yaş grubu öğrenciler eğlence amacı ile daha çok akranları ile sokak oyunları (yakan top, ip atlama, beştaş, evcilik…) oynarken günümüzde internetin etkisi ile komik, eğlenceli videolar izlemeye yöneldikleri söylenebilir. Yurdakul (2022), araştırmasında katılımcıların eğlence amacıyla youtuberları takip ettiğini belirtirken Duygulu (2018) ise YouTube'un çocuklar için eğlenceli video izlemek için imkân sunduğunu ve bunun YouTube izlemek için belirleyici olduğunu belirtmektedir. Ayrıca Kabali'nin (2015) medya kullanımının küçük yaşlardan başlayıp, medyaların eğlence amaçlı tercih edildiği sonuçları bu araştırmanın bulgularını desteklemektedir.

Ancak burada izlenen içeriklerin çocukların seviyelerine uygunluğu tartışmaya açıktır. Tanınmış bir youtuberın 110 videosunun izlendiği bir çalışmada izlenen videoların %67.3'ünde küfür ya da argo, %39.1'inde kötü beslenme ile ilgili içerik (paketli gıdalar, fastfood vb.) tespit edilmiştir. Videoların %40.0'ı çocukları riskli davranışa yöneltiyorken, %48.2'si video oyunu, mekân, giysi, gıda vb. reklamları içermektedir. Aynı zamanda videoların 2'sinde (%1.8) sigara, 1'inde (%0.9) alkol kullanımı görseli bulunduğu tespit edilmiştir (Uğur & Gökler, 2019). Yine bu listede de ismi geçen bir youtuberın içerikleri incelendiğinde; izleyicilerden gelen istekleri yerine getirmek için içerik oluştururken hırsızlık yapma ve topluma açık alanda üstünü çıkarma gibi emirlerin verildiği ve içerik üreticisinin de bu emirleri yerine getirmeye çalıştığı görülmektedir. Her ne kadar iyi içerikler ve örnekler olsa da bu tarz içeriklerin çocukların seviyesinin üstünde olması bir yana ahlaki ve insani olmadığı da söylenebilir. En çok izlenen diğer bir youtuberın içeriklerinin ise yine bu yaş çocukların seviyelerinin çok üzerinde denilebilecek şekilde müstehcen olduğu görülebilmektedir. Haliyle bu tür içeriklerden çocukların korunması adına ebeveynlerin daha dikkatli olmaları ve çocuklarıyla içeriklerin doğruluğu veya yanlışlığı üzerine konuşmaları yerinde olacaktır.

Diğer yandan öğrencilerin verdikleri cevaplardan bazıları, aslında youtuberdan daha çok üretilen eğlenceli içeriklerin tercih sebebi olduğu görülmektedir. Örneğin öğrenci, youtuberın yeni içerik üretememesi durumunda çok etkilenmeyeceğini ifade etmektedir. Kişinin YouTube'da keyifli zaman geçirmesine sebep olabilecek yeni içeriklere ulaşabilme imkânın kolaylığı neticesinde, takip ettiği youtuberın içerik üretememesi durumunda başka içerik üreticilerine yönelebileceklerini söylemişlerdir. Bu durum, çocukların kişilerden çok içeriklere bağlı oldukları şeklinde de yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu takip ettiği youtuberın hayatını konforlu bulduğu için onun yerinde olmak istediklerini belirtmişlerdir. YouTuberların hayatının lüks, kendilerinin zengin oldukları, rahat para harcadıkları, lüks evler, lüks arabalar, tatiller, eğlencelerle dolu bir hayatlarının olduğu gibi düşüncelerinin olduğu ve öğrencilerin çoğunun bu sebeple youtuber olmak istedikleri görülmektedir. Fide ve Sapsağlam (2020) çalışmasında, çocukların, YouTube yayıncılarının videolarda sergilediği yaşama özendiklerini, takip ettikleri fenomenler gibi olup kolay yoldan para kazanma hayallerinin olduğunu belirtmiştir. Takip edilen fenomenin hayatına özenti oluşmakta öğrencilerde konforlu hayat, kısa yoldan kazanç sağlama gibi beklentiler oluşturması ile bu araştırmanın sonuçları benzerlik göstermektedir.

**YouTuberların öğrencilerin günlük ve gelecek kararlarına etkisine ilişkin sonuçlar**

Araştırmaya katılan öğrencilerin yarısı, izledikleri youtuberların gelecek kararlarına etkisi olduğunu söylerken yarısı da olmadığını söylemektedir. YouTuberların gelecek kararları üzerinde etkili olduğunu belirten öğrencilerin bu kararlarının zengin, konforlu gelecek hayali, kolay yoldan çok para kazanma gibi beklentiler oluşturma yönünden etkilendiklerini ifade etmektedir. Diğer yandan izlenen youtuberların, çocukların meslek kararları üzerinde de etkili olduğu görülmektedir. Mesela kimi öğrenciler hem eğlenip hem de kolay yoldan çok para kazanması nedeni ile meslek olarak youtuberlığı tercih etmek istediklerini, yine bir öğrenci takip ettiği youtuberın çok hayvan sever olması, çok fazla köpek beslemesi gibi sebeplerden dolayı veteriner olmak istediğini ifade etmiştir. Benzer bir sonuç Kuyucu'nun (2019) çalışmasında görülmektedir. Kuyucu, youtuberların maddi kazançları, gelecek planlaması yapan, hayal kuran çocuklar için bir hedef olabileceğini, doğrudan bir bağı bulunmayan kişilerle dijital bir ilişki geliştirerek youtuberlardan ve içeriklerinden etkilenebileceğini ifade etmektedir.

Diğer yandan öğrencilerin alışveriş tercihlerinde de youtuberlardan etkilendikleri görülmektedir. Öğrenciler gördükleri ilgi çekici şeyleri, oyuncakları, teknolojik aletleri satın almaya yönelik isteklerinin oluştuğunu belirtmişlerdir. Çocuk bir fenomenin kanalını incelediği araştırmasında Atalay (2019), içeriklerde sürekli bir şeylere sahip olmak, istediği şeyleri babasına aldırma, süslenmek, giyinmek ve tüm bunları diğer çocuklara göstermenin çocukları etkileyebildiğini öne sürmektedir. Fide ve Sapsağlam (2020) ise YouTube kanallarının çocukları tüketime sevk ettiğini, çocukların içeriklerde gördüğü oyuncakları aldırdıklarını, oyuncakların paketlerini açmaktan zevk aldıklarını, video yayıncıları gibi oyuncakların paketlerini açarken video çektiklerini ancak oyuncaklarla oynamadıkları bulgulamıştır. Yetişkin örneklem grubuyla yapılan bir çalışmada da Youtube vloggerlarının tüketicilerle parasosyal etkileşimlerinin marka lüksü, marka değeri ve marka imaj uyumuna anlamlı ve pozitif etkisi olduğu görülmüştür (Tunçay, 2019).

Çocukların YouTube'da izledikleri içerikler çocukların gelişimini, üretkenliğini, gelecek ve meslek beklentileri ile alışveriş tercihlerini etkilediği görülmektedir. Ancak bu beklentilerin her zaman gerçekçi olduğu söylenemez. Mesela çocuklar, YouTube'da kanal açarak kısa zamanda ünlü bir içerik üretici olmayı ve çok para kazanmayı hayal etmektedir. Bu noktada da anne – baba ve eğitimcilerin aslında sistemin bu şekilde işlemediği ve kanal açan herkesin çok kısa zaman diliminde meşhur olamadığı ve para kazanamadığı, geleceğin meslek seçimlerinde sadece para kazanma yolunun YouTube olmadığına yönelik farkındalık kazandırmasının etkili olabileceği söylenebilir.

**İzlenen içeriklerin aile ve arkadaş ilişkilerine etkisine ilişkin sonuçlar**

Araştırmaya katılan öğrencilerin yarısı izledikleri içerikleri aile üyeleri ile paylaşmazken diğer yarısının anne veya kardeşleri ile paylaştıkları görülmektedir. Bazı öğrenciler kardeşi ile birlikte video izlemekte, bazen de içerikler hakkında konuşmaktadırlar. Bazı öğrenciler de izlediği video komik, ilgi çekici ise annesiyle paylaşmaktadır. Öğrencilerin çoğunda içerikleri, yaşadıklarını, duygularını anneyle paylaşma isteği göze çarpmaktadır.

Katılımcıların izledikleri içeriklerin aile ilişkilerine etkisine bakıldığında ise bazı öğrenciler herhangi bir etkisi olmadığını belirtirken anne- baba ile olumlu etki, olumsuz etki oluştuğunu söyleyen öğrenciler olduğu gibi kardeşleri ile olumlu ilişkiler geliştirdiğini ifade eden öğrenciler de olmuştur. İzlenen içeriklerin aile içi ilişkileri bazı öğrenciler için olumlu etkilerken bazı öğrenciler için olumsuz etkilemektedir. İçeriklerden öğrendiği argo sözler veya davranışlar çocuğun ebeveyni tarafından onaylanmayıp çocuk ile ebeveynleri arasında çatışma oluşturabilmektedir. Öğrenciler her ne kadar aile içi ilişkilerine pek etki yok dese de ekran süresi arttıkça aile içi iletişim ve ilişkilerin zayıflayacağı öngörülmektedir. Aynı zamanda takip edilen içerikler eğlenceli bulunduğu için aile büyükleri ziyaretleri, eve gelen misafirler, büyüklerin sohbetleri sıkıcı bulunması gerekçesi ile odalarına kapanabilmekte veya bulunduğu ortamda çeşitli teknolojik araçlarla ekrana kapanabilmektedir. Bu da çocukların aile büyükleri ile iletişimini azaltmakta, aile içi ilişkileri koparabilmektedir. YouTuberların çocuklar üzerindeki çeşitli etkilerini araştıran Yaşaroğlu ve Boylu (2020) ebeveynlerin %58,2'si bazen, %7,5'i her zaman kendi öğrettikleri konu ve davranışlarla çocuklarının youtuberlardan örnek alarak öğrendikleri durumların çatışma ortamına neden olduğunu söylemiştir.

Diğer bir sonuç da çocukların arkadaşları ile olan ilişkilerine yöneliktir. Çocukların çoğunluğu, izledikleri benzer içeriklerin arkadaşlık kurma konusunda pek etkili olmadığını belirtmiştir. Bazı öğrenciler ise arkadaşlarıyla sohbet etme, izledikleri hakkında konuşma ve öğrendiklerini birlikte oyunlarında uygulamaları gibi sebepler nedeniyle arkadaş ilişkilerinde olumlu etkinin olduğunu belirtmiştir. YouTuberların çocuklar üzerindeki çeşitli etkilerini araştıran bir çalışma ise ebeveynlerin bazılarının, izlenen içeriklerden ve ekran süresinin artmasından kaynaklı olarak çocukları ile arkadaşları arasındaki etkileşimin azaldığını belirtmişlerdir (Yaşaroğlu & Boylu, 2020).

**YouTuberların ürettiği içeriklerin çocukların değerleri açısından etkisine ilişkin sonuçlar**

Öğrencilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde ise izledikleri içeriklerin kendi değerleri üzerinde etkisi olmadığını söyleyen öğrencilerin oranının oldukça yüksek olduğu, olumlu etkilendiğini söyleyen öğrencilerin etki olmadığını belirten öğrencilere göre daha az, olumsuz etkilendiğini belirten öğrencilerin ise oldukça az olduğu görülmektedir. YouTuberların, öğrencilerin değerleri üzerindeki etkisi incelendiğinde, öğrencilerin büyük çoğunluğunun yardımlaşma, sorumluluk, sevgi, saygı, temizlik, dini değerler, kültürel değerler, vatan sevgisi, bayrak sevgisi, sabır, dürüstlük, empati, hoşgörü değerlerinde etkili olmadığı görülürken, öğrenciler youtuberların ürettikleri içeriklerde bu değerlere yer vermediğini ifade etmişlerdir. İçeriklerde doğrudan değer vurgusu olmaması öğrencilerin değerler gelişimine ve değerlere bakış açılarına doğrudan etkili olmadığı söylenebilir. Bazı öğrencilerin ise karşılaştığı içerikler ve youtuberların davranışları nedeniyle yardımlaşma, sorumluluk, bayrak sevgisi, vatan sevgisi, dürüstlük, sabır, sevgi, saygı, temizlik değerleri bakımından etkilendiklerini ifade ettikleri görülmektedir. Öğrencilerden gelen cevaplar doğrultusunda düşündüğümüzde tek bir içeriğin bile öğrenci üzerinde etkisi büyük olabilmektedir.

Hayvan sevgisi konusunda öğrencilerin çoğu olumlu etkilenmiştir. Öğrencilerden bazıları kedi, köpek korkusunu bu şekilde yendiğini, pek çok öğrenci de izledikleri içeriklerden etkilenerek evinde hayvan beslemek istediğini belirtmiştir. Bunun nedeni olarak hayvanlarla ilgili içeriklere yer verilmesi, takip edilen fenomenin hayvan beslemesi, hayvan sever olması verilebilir. Özellikle pek çok fenomenin kedi beslemesi, bakımını yapması, kedinin yer aldığı içerikler oluşturması öğrencilerin çoğunda kedilere karşı ayrı bir sempati oluşturmuştur. Bu araştırma ve benzer araştırma bulgularını destekleyecek şekilde, Martínez ve Olsson da (2019) çalışmasında youtuberların, çocukların hayatında önemli figürler olduğunu ifade etmiştir. Bu da öğrencilerin parasosyal bir etkileşim içerisinde olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma bulgularına ve araştırma esnasındaki gözlemlere dayalı olarak aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

1- Hem öğrencilerin en çok izledikleri hem de YouTube izlenme sıralamasında üst sıralarda yer alan bazı youtuberların ürettikleri içeriklerin çocukların seviyesinin çok üzerinde olduğu, ahlaki açıdan sakıncalar içerdiği dikkate alındığında anne – babaların çocukları ile iletişimlerinin güçlü olması önerilir. Ebeveynler, dijital ebeveynlik rollerine uygun olarak çocukları ile içerikler üzerine konuşmalı, içeriklerin doğruluk ve yanlışlığı noktasında içerik kritiği yapmalıdır.
2- Bu araştırmada izlenen içeriklerin çocukların değerleri üzerinde pek etkisi olmadığı görülmektedir. Ancak değerler açısından zengin YouTube içeriklerinin olduğu dikkate alındığında anne – babaların bu içerikleri çocuklara önermesinin uygun olacağı söylenebilir.
3- Çocukların daha eğitsel bir YouTube izleme davranışları için hem çocukların hem de anne – babaların doğru teknoloji kullanımı üzerine çeşitli eğitimler almaları sağlanabilir.
4- Öğrencilerin ekran süresi ve bundan nasıl etkilendiği araştırılabilir.
5- Bazı öğrenci görüşlerinde youtuberlara çok zaman ayırmanın ders başarılarını olumsuz etkilediklerini belirtmişlerdir. Bu görüşlerden hareketle ekran süresi ve akademik başarı arasındaki ilişki incelenebilir.
6- Öğrencilerin YouTube tercihlerinin, tutum ve davranışlarına nasıl yansıdığı velilerin görüşleri ile incelenebilir.
7- Bazı bulgular, çocukların meslek tercihlerinde youtuberların etkisinin olduğu görülmektedir. Bu bulgudan hareketle çocukların medya kullanımları ile meslek tercihleri arasındaki ilişki incelenebilir.
8- YouTuberların çocukların akran ilişkileri üzerindeki etkileri, öğrencilerin oyun kurma ve akranları ile ilişkileri üzerindeki etkisi incelenebilir.

## Kaynakça/Reference


Aran-Ramspott, S., Fedele, M., & Tarragó, A. (2018). Youtubers' Social Functions and Their Influence on Pre-Adolescence. *Comunicar: Media Education Research Journal, 26*(57), 71-79.

Arellano, P. R., Pérez, V. G., & Fernández, I. B. (2020). YouTube and influencers in childhood. Content analysis and educational proposals. ICONO 14, *Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 18*(2), 269-295.

Ata, F. (2022). *Z kuşağında YouTuberlarla kurulan parasosyal etkileşimin sosyoekonomik koşullarla ilişkisi: ortaokul öğrencileri örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi.

Atalay, G. E. (2019). Sosyal medya ve çocuk: "Babishko Family Fun Tv" isimli YouTube kanalının eleştirel bir analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, *1*, 179-202. https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.484856.

Aytulun, G., & Sunal, A. B. (2020). Medya karakterleriyle kurulan parasosyal etkileşim. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 12*(4), 494-506. https://doi.org/10.18863/pgy.688117

Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *5*(2), 426-438. https://doi.org/10.31592/aeusbed.598299

Bandura, A., & Mischel, W. (1965). Modifications of self-imposed delay of reward through exposure to live and symbolic models. *Journal of Personality and Social Psychology, 2*(5), 698–705. https://doi.org/10.1037/h0022655

Bozkurt, G. Ş. (2020). *Sosyal medyada parasosyal etkileşim: Sosyal medya fenomenlerinin tüketicilerin marka algısına etkisinin değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Creswell, J. W. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches.* SAGE Publications.

DataReportal. (2025, 12 April). Digital 2025: Turkey. https://datareportal.com/reports/digital-2025-turkey

Fide, E. G., & Sapsağlam, Ö. (2020). YouTube yayıncılarının çocukların kimlik inşa süreçlerine yansıması. *Türkiye Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, *5*(2), 199-210.

Goodrow, C. (2021). On YouTube's recommendation system. Retrived from https://blog.youtube/inside-youtube/on-youtubes-recommendation-system/ 01.05.2025

Gökçe, A., Arslan, İ., Ülgen Öz, S., Mete, U., Taşçı, D., & Yengil Taci, D. (2021). Yedi yaş altı çocuklarda mobil ekran maruziyeti. *Medical Journal of Ankara Training & Research Hospital*, *54*(2).

Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, *19*(3), 215-229. https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049

https://socialblade.com sitesinden 1.5.2025 tarihinde alınmıştır.

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). https://doi.org/10.1542/peds.2015-2151

Kemp, S. (2023, Ocak 28). *Is social media really dying?* DataReportal – Global Digital Insights. https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-the-worlds-top-social-media-platforms

Kılıç, B., & Kaya, S. (2021). Yeni medya çağında çocuk YouTuberlar üzerinden çocukluğun yok oluşu. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *12*(3), 1141-1156.

Martínez, C., & Olsson, T. (2019). Making sense of YouTubers: How swedish children construct and negotiate the YouTuber misslisibell as a girl celebrity. *Journal of Children and Media*, *13*(1), 36-52. https://doi.org/10.1080/17482798.2018.1517656

Merriam, B. S. (2009*). Qualitative research : A guide to design and implementation*. John Wiley & Sons, Inc.

Milliyet. (2020). *YouTube'da En Çok Onlar İzleniyor!* https://www.milliyet.com.tr/teknoloji/teknoloji-haberleri/youtubeda-en-cok-onlar-izleniyor-6128954 adresinden 01.05.2025 tarihinde alınmıştır.

Moustakas, C. E. (2009). *Phenomenological research methods*. Sage.

Özbek, B., & Sofuoğlu Kılıç, N. (2020). Çocuk öznelerin YouTube ve YouTuberlık algısı (Aydın ili örneği). *Social Sciences Studies Journal*, *6*(62), 2000-2012. https://doi.org/10.26449/sssj.2304

Pinto, B., Duarte, A., & Dias, P. (2023). The influence of YouTubers on children (8-12 years old): Current issues and brands. *Doxa Comunicacion,* (36), 321-340.

Sapsağlam, Ö. (2018). Social media awareness and usage in preschool hildren. *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, *9*(31), 728-746.

Tunçay, S. (2019). Youtube vloggerlarının tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uğur, D. T., & Gökler, M. E. (2019, Ekim). Tanınmış bir YouTuberın çocuk ve gençler üzerindeki olası etkisinin incelenmesi. 3. International 21. National Public Health Congress, 26-30 Nowember 2019.

U.S. Department of Health & Human Services. (2019, Ocak 23). *Infographics—Screen Time vs. Lean Time*. https://www.cdc.gov/nccdphp/dnpao/multimedia/infographics/getmoving.html

Westenberg, W. M. (2016). *The influence of YouTubers on teenagers: a descriptive research about the role YouTubers play in the life of their teenage viewers* (Master's thesis). University of Twente.

Yaşaroğlu, C. (2020). Temel Eğitim Çağı Çocuklarının Değerleri Bağlamında YouTube. Erken Çocukluk Dönemidin - Ahlak - Değerlereğitimi Ve Sorunları – 2 Sempozyumu, Balıkesir.

Yaşaroğlu, C., & Boylu, M. A. (2020). YouTubers' effect on children's values: Parents' views. *The European Journal Of Educational Sciences*, *7*(4), 1-15. http://dx.doi.org/10.19044/ejes.v7no4a1

Yılar, M.B. (2022). Medya alanındaki meslekler. T. Çelikkaya (Ed.). *Medya okuryazarlığı eğitimi* içinde (ss.133-169). Pegem Akademi.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınları.

Yurdakul, K. H. (2022). YouTube kullanımının gençler üzerindeki negatif etkisi: Sosyal medya bağımlılığı. *Liberal Düşünce Dergisi*, *107*, 167-190. https://doi.org/10.36484/liberal.1094619

Zinderen, İ. E. (2020). Yeni medyada kimlik inşası: YouTuber kimliğine ilişkin bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, *7*(1), 415-434. https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.650956

## EXTENDED ABSTRACT

## 1. INTRODUCTION

Today, with the impact of technology, people from all walks of life can access information using technological tools or use these technologies for entertainment purposes. During this time, users can establish a bond with the heroes in the content they watch or the phenomena in social media. This bond between the media character and the audience is explained by the concept of parasocial interaction. Parasocial interaction is a one-way interaction between media characters and the audience. It is important to know how students are affected by media platforms. This study aims to determine the views of students at the basic education level on parasocial interaction.

## 2. METHOD

In this qualitative research-based study, a phenomenological design was used. This design was preferred in order to learn children's views on YouTubers in more detail. The data of the study were obtained from 16 students at the basic education level studying in different provinces of Türkiye by using a semi-structured interview form. Content analysis was used to analyze the data obtained.

The study group consists of 16 male and female public and private school students studying at different grade levels, living in different provinces, studying at different grades of basic education students in the 2021-2022 academic year.

The data collection tool of the study was a two-part semi-structured interview form created by the researchers. The first part includes two questions aimed at determining the gender and grade level of the participant students. In the second part, there are questions about the content that students watch on the YouTube platform, the phenomena they follow, the phenomena, the reasons for following the phenomena, how they are influenced by the phenomena, and the effect of the content they watch on their domestic relations and friendship relationships.

## 3. FINDINGS, DISCUSSION AND RESULTS

Analyzing the answers given by the students, it was seen that the students followed a wide range of phenomena. In this context, since more than one answer was given, a total of 39 opinions emerged, more than the number of students. Students follow Enes Batur and Lina the most. Orkun Işıtmak, Rukiye Çetinkaya and Fester Abdü are among the phenomena followed with three opinions each.

According to the opinions of the students, it was observed that the phenomena followed by the students produced "entertainment, horror, information, sports, music and various content". Among the reasons why students follow influencers, there are answers such as appealing content to students, having fun, learning information, and finding it age-appropriate. According to the student responses, the reasons why children follow YouTubers are mostly entertainment, and the ease of access to new content that can cause them to have a pleasant time does not affect the student much if they cannot follow the phenomenon, and in this case, it can be said that students are mostly dependent on content rather than people.

It was determined that the majority of the students wanted to be YouTubers. Under the code of the desire to live a comfortable life, it was found that students had thoughts such as YouTubers' lives are luxurious, they are rich people, they spend money comfortably, they have a life full of luxury houses, luxury cars, vacations, entertainment, and most of the students want to be a YouTuber for this reason.

The majority of students want to be in the place of the phenomenon they follow. There were 35 students' opinions about why they want to be an influencer. Most of the students want to be in the place of the phenomenon they follow in order to live the life of the phenomenon they follow, produce video content and have fun.

The aspects that students were affected by the influencers they follow varied, and the most influential aspect was the lifestyle of the influencer, the luxury of his/her life and the challenges from the content. In addition, opinions such as the desire to shop, entertainment, the character of the phenomenon, feeding cats, playing various games, and enriching the world of imagination also emerged.

Half of the students do not share the content with family members, while half share it with siblings, father and mother. Among the students who shared the content with family members, it was found that most of the students shared the content with their mothers and told their mothers about the interesting and funny videos they liked or made their mothers watch the video.

Half of the students said that it had no effect on my future decision, while the other half said that it was effective.

The opinions of the students participating in the study regarding the impact of the content they watch and YouTubers on values differ because of values. All of the students stated that they had no effect on empathy, tolerance, cultural values; almost all of them stated that they had no effect on patience, love for the flag, religious values, cleanliness, responsibility, honesty, effect on studying and respect. Very few students stated that it had a positive or negative effect on these values. However, while students stated that it had an effect on cooperation, the majority of them stated that it had a positive effect on animal love.

## ARAŞTIRMANIN ETİK İZNİ

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması gerektiği belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

**Etik kurul izin bilgileri**

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: İnönü Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma Etik Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi: 20/04/2022

Etik değerlendirme belgesi sayı numarası: 2022/9-2

## ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI

Araştırmacıların her birinin mevcut araştırmaya katkısını yüzde biçiminde belirtiniz. Örneğin iki yazar varsa 1. yazarın araştırmaya katkı oranı %60, 2. yazarın araştırmaya katkı oranı %40'dır. Bunun yanı sıra hangi araştırmacı araştırmanın hangi aşamalarına katkıda bulunduysa bunu açık bir şekilde ifade ediniz. Örneğin;

Yazar 1: % 60 Araştırmanın tasarlanması, veri analizi, yöntemin belirlenmesi, danışmanlık, raporlaştırma.

Yazar 2: % 40 Veri analizi, raporlaştırma.

## ÇATIŞMA BEYANI

Araştırmada herhangi bir kişi ya da kurum ile finansal ya da kişisel yönden bağlantı, bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.