

YouTube'daki Animasyon İçeriklerin Çocuğa Uygunluk ve Gelişime Olan Katkıları Açısından İncelenmesi* **

An Analysis of the Animated Contents on YouTube in Terms of Their Appropriateness and Contributions to Children's Development

Hasan GÖKSU¹, H. Elif DAĞLIOĞLU²

¹Milli Eğitim Bakanlığı, Kulp Anaokulu, Okul Öncesi Öğretmeni, gksuhasan@gmail.com

²Gazi Üniversitesi, Temel Eğitim Bölümü, Okul Öncesi Eğitimi Anabilim Dalı, daglioglu@gazi.edu.tr

Makale Türü/Article Types: Araştırma Makalesi/ Research Article

Makalenin Geliş Tarihi: 10.06.2022

Yayına Kabul Tarihi: 21.11.2022

ÖZ

Bu araştırma YouTube'daki animasyon içeriklerin çocuğa uygunluğu ve onların gelişimine olan katkılarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırma nitel araştırma yöntemleri temel alınarak keşfedici durum çalışması deseninde kurgulanmıştır. Bu çalışmada YouTube kanallarındaki videolar doküman incelemesi yöntemi kullanılarak ölçüt örnekleme yoluyla belirlenmiştir. Bu çalışmada; YouTube kanalının çocuklar için içerik üreten bir kanal olması, video görüntülenme sayısına göre Türkiye'de yer alan YouTube kanalları içerisinde ilk 100 kanal içerisinde yer alması, videolarının süresinin sekiz dakikanın altında olması gibi ölçütler belirlenmiştir. İncelenecek olan videolar YouTube Türkiye'de en çok görüntülenme sayısına sahip kanallar içerisinde, belirlenen ölçütlere göre seçilen yedi YouTube kanalının en çok izlenen üçer videosundan oluşmaktadır. Belirlenen 21 video, Neumann ve Herodotou'nun (2020) geliştirmiş olduğu YouTube Videoları Dereceli Puanlama Anahtarı Türkçeye çevrilerek, bu formda yer alan maddeler üzerinden değerlendirilmiştir. Araştırmacılar her videoyu en az dört kez izlemiş; görüş farklılığı olan maddelerde araştırmacılar bir araya gelip görüş birliği sağladıktan sonra veriler analiz edilmeye başlanmıştır. Araştırma sonucunda YouTube'daki animasyon içeriklerin kısmen çocuğun taklit etmesini sağlayacak, günlük yaşantısı ile benzerlikler taşıyan, olumsuzdan çok olumlu davranışlar barındıran ve bunları pekiştiren bir yaklaşım içinde olduğu ve bu içeriklerin bilişsel ve sosyal

* **Alıntılama:** Göksu, H. ve Dağlıoğlu H. E. (2022). YouTube'daki animasyon içeriklerin çocuğa uygunluk ve gelişime olan katkıları açısından incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(3), 2539-2568.

**Bu makalenin bir kısmı 15 Mayıs 2022 tarihinde, Lisansüstü Öğretmen Çalışmaları Kongresinde (LOCK) sözel bildiri olarak sunulmuştur.

duygusal gelişimi kısmen desteklerken fiziksel gelişimi destekleme açısından yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Animasyon, okul öncesi dönem, çocuğa uygunluk, gelişim alanlarına uygunluk

ABSTRACT

This study aims at examining the appropriateness of animated contents on YouTube for children and their contribution to their development. The study employed an exploratory case study, one of the qualitative research methods. In this research, videos on YouTube channels were determined by criterion sampling using the document review method. The identified criteria were as follows: the YouTube channel produces content for children, the YouTube channel is among the top 100 YouTube channels in Turkey according to the number of video views, the YouTube channel's videos are less than eight minutes in duration. The videos to be examined consisted of seven YouTube channels and the three most watched videos of each of these channels. 21 videos were evaluated through use of the YouTube Video Evaluation Rubric developed by Neumann and Herodotou (2020). The results revealed that the animated content on YouTube partially supported the child's imitation, had similarities with his daily life, had positive behaviours rather than negative ones, and reinforced them; moreover, these contents were identified to partially support cognitive and social-emotional development, while they were insufficient in terms of supporting physical development.

Keywords: Animation, pre-school period, appropriateness for children, appropriateness for development areas

GİRİŞ

Geçmişte insanların etkileşime geçebileceği kişiler ve olaylar yakın çevresi ile sınırlıyken teknolojik gelişmeler sayesinde günümüzde bu sınırların ortadan kalkması gerçek veya hayal ürünü birçok kişi veya karakterin çok küçük yaşlardan itibaren insanların çevresinin bir parçası hâline gelmesine yol açmıştır. Okul öncesi dönemin çocukların çevrelerindeki bireyler ve nesnelere etkileşime geçerek deneyim kazandıkları, gelişimsel açıdan kritik bir dönem olduğu göz önünde bulundurulduğunda çocukların çevrelerinin ayrılmaz bir parçası olan dijital platformlar ve sosyal medya uygulamaları önem kazanmaktadır.

Günümüzde çocuklar dijital bir dünyanın içine doğduklarından herhangi bir dijital platformu kullanmak çocuklar için günlük yaşamın bir parçası hâline gelmiştir (Ergüney, 2017; Özyürek, 2018; Yasa, 2021). Literatürde iki yaşından küçük çocukların bile çeşitli dijital platformları kullandığını gösteren araştırmalar yer almaktadır (Elias ve Sulkin, 2017; Rideout ve Robb, 2020; Yadav, Chakraborty, Mittal, ve Arora, 2018). 2020 yılında

3.640 ABD'li ebeveynin katılımıyla gerçekleştirilen bir araştırmada 5 ila 11 yaş arası çocuğu olan ebeveynlerin %89'u, 3 ila 4 yaş arası çocuğu olanların %81'i ve 2 yaşında veya daha küçük çocuğu olanların %57'si çocuklarının YouTube'da video izlediği bulunmuştur (Auxier, Anderson, Perrin ve Turner, 2020). Ancak pek çok uzman küçük çocukların medya kullanımını anlamının kritik olduğunu savunmakta ve medya kullanımının çocuklar için özellikle erken yaşlarda önemli bir etkiye sahip olacağını belirtmektedir (Ateş ve Durmuşoğlu Salatalı, 2019; Marsh ve diğerleri, 2019; Sapsağlam, 2018; Yalçın ve Erden, 2018; Yazıcı ve Genç, 2016).

Sekiz yaş ve altı çocuklar günde neredeyse iki buçuk saatini (2:24) ekran karşısında geçirmektedir ve ekran karşısında geçirilen bu sürenin çoğunu televizyon ve video izleme oluşturmaktadır (Rideout ve Robb, 2020). Genç (2014) yaptığı araştırma sonucunda okul öncesi çağındaki çocukların toplam ekran medyası sürelerinin, günde yaklaşık üç saate ulaştığını söylemektedir. Çalışmalar çocukların cep telefonu, tablet ve bilgisayar gibi ekran medyasını çoğunlukla çizgi film/video izlemek amacıyla kullandıklarını göstermektedir (Aral ve Doğan Keskin, 2018; Ergüney, 2017; Özyürek, 2018; Şalcı, Karakaya ve Tatlışme, 2018; Toksoy, 2021). Rideout ve Robb'a (2020) göre çocuklar çevrim içi video izleme uygulamaları içerisinde en çok YouTube'u kullanmaktadır. Buna paralel olarak yapılan çeşitli araştırmalar YouTube'un çok küçük yaşlardan itibaren çocukların hayatlarında olduğunu ortaya koymaktadır (Anderson, Auxier ve Nolan, 2020; Marsh ve diğerleri, 2019; Radesky ve diğerleri, 2020; Rideot ve Robb, 2020; Sapsağlam, 2018; Yadav ve diğerleri, 2018).

Çeşitli araştırmalar YouTube'un çocuklar için olumlu (Gülmez, 2019; Kırık ve Altun, 2019; Özuz, 2018; Taşdelen, 2019) ve olumsuz (Anderson, Auxier ve Nolan, 2020; Demir ve Kargın, 2020; Marsh ve diğerleri, 2019; Neuman ve Herodotou, 2020; Radesky ve Chassiakos, 2020; Tan, Ng, Omar, Karupaiah, 2018; Yasa, 2021) olabilecek özelliklerine odaklanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında YouTube, olumlu özellikleriyle birlikte içerisinde çeşitli riskleri de (Buzzi, 2011a; Ergün Özdel, 2019; Papadamou ve diğerleri, 2020) barındıran bir platformdur ve YouTube içerisindeki içeriklerin sınıflandırılmasına yönelik tanımlar (Buzzi, 2011a; Neuman ve Herodotou, 2020; Papadamou ve diğerleri,

2019a) olumsuz içeriğin belirlenmesinde yaşı önemli bir faktör olduğunu göstermektedir.

Küçük yaş gruplarındaki bireyler video içeriklerine kendi başlarına veya ebeveynleri yardımıyla ulaşabilmektedir (Ünlükaya, Savaş ve Sucu, 2021). Ebeveynlerin çoğu, çocuklarının YouTube'da uygunsuz içeriğe maruz kalmasından endişe duymaktadır (Anderson, Auxier ve Nolan, 2020). Radesky ve diğerlerinin (2020b) yaptıkları çalışma sonucu sekiz yaş ve altındaki çocukların izlediği dört videodan en az birinin daha büyük yaş grubundaki hedef kitlelere yönelik olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte önerilen videoların (Papadamou ve diğerleri, 2019a) veya reklamların içeriğinin de çocuk için uygun olmadığı da çalışmalar sonucu ortaya çıkmıştır (Meyer ve diğerleri, 2019; Tan, ve diğerleri, 2018). Bu bağlamda bu çalışmada okul öncesi dönem çocuklarına yönelik YouTube'da yer alan animasyon içeriklere odaklanılmıştır.

YouTube'un çocuklar üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olabilmektedir (Buzzi, 2011b; Marsh ve diğerleri, 2019; Neuman ve Herodotou, 2020; Papadamou ve diğerleri, 2020). Ergün Özdel (2019) YouTube'da yer alan videoların şiddet, argo ve cinsellik/erotizm içeren unsurlar açısından riskli olduğunu, benzer şekilde Umut Aksu (2020) ise YouTube'daki çocuk merkezli kanalların çocuklar için pek çok olumsuz örnek oluşturabilecek içeriği barındırdığını söylemektedir. Ayrıca çocukların olumsuz içeriklerle karşılaşma ihtimali (Papadamou ve diğerleri, 2020) ve karşılaşılacakları olası olumsuz içeriklerin incelenmesi (Buzzi, 2011a) konusunda da çalışmalar bulunmaktadır. Bazı araştırmalarda da YouTube videolarının çocuklar için eğitsel (Gülmez, 2019; Kırık ve Altun, 2019; Munir ve Rokhmah, 2020) ve sosyal-duygusal gelişim (Özuz, 2018; Pempek ve diğerleri, 2011) açısından faydaları olabileceği öne sürülmektedir.

İlgili çalışmalar incelendiğinde YouTube'da yayın yapan çocukları temel alan araştırmaların (Atalay; 2019; Boğa ve Sağlam, 2021; Demir ve Kargın, 2020; Pınarbaşı ve Astam, 2021; Salkaya, 2020; Sekmen, 2019; Tur-Viñes, Núñez-Gómez ve González-Río; 2019; Ünlükaya, Savaş ve Sucu, 2021; Yasa, 2021) YouTube'da yer alan animasyon içerikleri ele alan araştırmalara (Buzzi, 2011a; Kırık ve Altun, 2019; Munir ve Rokhmah,

2020) göre daha fazla olduğu görülmektedir. Çizgi film izlemek çocuğun günlük rutininin bir parçasıdır (Buzzi, 2011a). Çoğu çocuk, çocukluk döneminde medya karakterleriyle bir veya daha fazla parasosyal ilişki yaşayacak ve genellikle bu bağlılığı televizyon, film veya oyunlardan favori bir karakterle oluşturacaktır (Brunick, Calvert ve Richards, 2015). Çocuklar çizgi filmlerdeki karakterlerle özdeşim kurmalarının bazı riskleri (Akça ve Koç Çilekçiler, 2019) olmakla birlikte zeki bir karakterin hem çocuğa hem de çocuğun çevresine ortak etkileşim yoluyla bağlanması, çocukların sosyal gerçekçilik duygusunu geliştirebilir (Brunick ve diğerleri, 2016). Öyle ki Demir'in 2019 yılında gerçekleştirdiği araştırmada çizgi film karakter ürünlerinin çocukların satın alma davranışlarında ciddi etkiler yarattığı sonucuna ulaşmıştır.

Youtube okul öncesi dönemde çocuklar tarafından yaygın olarak kullanılan bir sosyal medya uygulamasıdır (Anderson, Auxier ve Nolan, 2020; Radesky ve diğerleri, 2020; Rideout ve Robb, 2020). YouTube içeriği çocuklar için olumlu (Gülmez, 2019; Kırık ve Altun, 2019; Munir ve Rokhmah, 2020) veya olumsuz (Papadamou ve diğerleri, 2019a; Radesky ve diğerleri, 2020b) özellikler barındırabilir. Bu kapsamda okul öncesi dönemde çocukların izledikleri içeriklerde yer alan animasyon karakterleri model aldıkları ve onlar gibi olmak istedikleri (Mahmood, İftikhar ve Bhatti, 2020; Oruç, Tecim ve Özyürek, 2011) göz önünde bulundurulduğunda Youtube'da yer alan animasyon içeriklerin çocuğa uygunluk ve onların gelişimine olan katkıları açısından incelenmesi önemlidir. Bu doğrultuda araştırmada;

1. YouTube'da yer alan animasyon içerikler çocuklara uygun mudur?
2. YouTube'da yer alan animasyon içerikler çocukların gelişimini desteklemekte midir?

sorularına yanıt aranmaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

YouTube'da Türkçe olan kanallarda animasyon karakterlerden oluşan videoların 3-6 yaş aralığındaki çocuklara uygunluğunu ve onların gelişimine olan katkılarını belirlemeyi amaçlayan bu çalışma bir keşfedici durum çalışmasıdır. Yin (2014) durum çalışmasının keşfedici, betimleyici ve açıklayıcı olmak üzere üç türü olduğunu ileri sürmüştür (Leymun, Odabaşı ve Yurdakul, 2017; Subaşı ve Okumuş, 2017). Araştırmanın amacının temel olarak “ne” sorusunu cevaplamak olduğu durumlarda keşfedici durum çalışması stratejisi kullanılmaktadır (Yin, 2014). Bu çalışmada ne sorusu YouTube'da Türkçe olan kanallarda yer alan animasyon karakterlerden oluşan videolar için kullanılmakta ve toplanan verilerden bu videoların 3-6 yaş çocuklar için uygunluğu ve onların gelişimine olan katkıları saptanmaya çalışılmaktadır.

Bu çalışmada YouTube kanallarındaki videoları incelemek için doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Doküman incelemesi önceden oluşturulmuş her türlü resmi ve özel belgenin incelenmesi olarak tanımlanabilir (Sönmez ve Alacapınar, 2019). Bu resmi ve özel belgeler yazılı materyallerden oluşabileceği gibi film, video ve fotoğraf gibi görsel malzemelerde doküman incelemesinde kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bu çalışmada doküman incelemesine konu olan materyaller YouTube videolarıdır.

Bu çalışmada incelenecek olan videolar amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanarak belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme Patton'a (1987) göre, zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına imkân tanımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Ölçüt örneklemede ise örneklem araştırmacı tarafından önceden belirlenmiş bir dizi ölçüt veya ölçütlere göre belirlenebileceği gibi bir ölçüt listesi kullanılarak da oluşturulabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2021).

Bu çalışmada incelenecek videoları belirlemek için kullanılan ölçütler;

- İncelenecek olan YouTube kanalının çocuklar için içerik üreten bir kanal olması (içeriğin oyun, oyuncak veya çizgi film vb. üzerine kurulu olması),

- İncelenecek olan YouTube kanalının video görüntülenme sayısına göre Türkiye’de yer alan YouTube kanalları içerisinde ilk 100 kanal içerisinde yer alması,
- İncelenecek olan YouTube kanalının videolarının gerçek kişi veya kişilerin yer almadığı, bilgisayar destekli ortamlarda oluşturulan videolar olması,
- İncelenecek olan YouTube kanalının videolarının şarkı videosu olmaması (çizgi film içerisinde yer alan şarkılar buna dâhil değildir),
- İncelenecek olan YouTube kanalının videolarının süresinin sekiz dakikanın altında olması,
- Bu ölçütlere göre YouTube kanalının içerisinden seçilecek olan videoların, kanalın en çok izlenen ilk 20 videosu içerisinde yer alması olarak belirlenmiştir.

Bu ölçütler belirlenirken incelenecek olan videoların çocuklara hitap eden, etki alanı geniş (görüntülenme sayısı yüksek) animasyon videolar olması amaçlanmıştır. Seçilecek olan videonun etki alanının yayınlandığı kanalın etki alanını temsil edebilmesi adına kanalın en çok izlenen ilk 20 videosu içinde yer alması ölçüt olarak belirlenmiştir. Okul öncesi dönem çocukların dikkat süresi (Zauderer, 2022) ve araştırmanın olanakları göz önünün de bulundurulurken videolarının süresinin sekiz dakikanın altında olması da ölçütlere eklenmiştir.

Araştırmada incelenecek olan videolar yukarıda belirtilen kriterlere göre Social Blade (2022) (<https://socialblade.com/>) sitesinden ulaşılan verilere göre seçilmiştir. Social Blade YouTube kanalları hakkında çeşitli veriler sunmaktadır ve birçok araştırmacı tarafından YouTube verilerine ulaşmak amacıyla kullanılmaktadır (Castelló-Martínez ve Tur-Viñes, 2020; Ergün Özdel, 2019; Ünlükaya, Savaş ve Sucu, 2021; Tan ve diğerleri, 2018). İncelenecek olan kanallar ve videolar Social Blade (2021) internet adresinde yer alan “*Video Görüntülemelerine Göre Türkiye’deki En iyi 100 YouTube’er Sıralaması*” (<https://socialblade.com/youtube/top/country/tr/mostviewed>) başlıklı adresteki YouTube Türkiye’de en çok görüntülenme sayısına sahip 100 YouTube kanalından belirlenen ölçütlere göre seçilen yedi YouTube kanalı ve bu kanallara ait en çok izlenen üç videodan oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada iki veri toplama aracı kullanılmıştır. Bunlardan ilki bilgi formu diğeri de video değerlendirme tablosudur.

Kanal Bilgi Formu: Bu araştırmada belirlenen ölçütlere göre ulaşılan kanallara ait görüntülenme sayısı, abone sayısı, video sayısı ve kanal açılış tarihi gibi kanala ait bilgileri kaydetmek için araştırmacılar tarafından hazırlanan kanal bilgi formudur.

YouTube Videoları Dereceli Puanlama Anahtarı: Bu araştırmada belirlenen ölçütlere göre ulaşılan videoları değerlendirmek için YouTube Videoları Dereceli Puanlama Anahtarı kullanılacaktır. Bu dereceli puanlama anahtarı Neumann ve Herodotou'nun (2020) geliştirmiş olduğu YouTube Videoları Dereceli Puanlama Anahtarı (YouTube Video Evaluation Rubric) Türkçeye çevrilerek oluşturulmuştur. Neumann ve Herodotou'nun (2020) geliştirmiş olduğu YouTube Videoları Dereceli Puanlama Anahtarı dört ana boyut ve on yedi maddeden oluşmaktadır. Her madde değerlendirilen videoda maddeye yönelik kanıtla karşılaşılma durumuna göre üç dereceli olarak [Eğer maddeye ilişkin özellik videoda hiç belirtilmemişse hayır (0), ilgili özellik videoda ara sıra belirtilmişse kısmen (1) ve ilgili özelliğe videoda belirgin olarak yer verilmişse evet (2)] puanlanmaktadır. Araştırmanın amacına uygun olacak şekilde bu araştırmada sadece Yaşa Uygunluk ve Öğrenme Hedefleri boyutları kullanılmıştır.

Verilerin Toplanması

Belirlenen ölçütlere göre seçilen yedi YouTube kanalından altısı için YouTube kanalında yer alan videolar bölümünden, sıralama ölçütü seçeneği "En Popüler" olarak seçilerek kanala ait görüntülenme sayısı en yüksek videodan başlanarak örneklem kriterlerine uyan üç video seçilmiştir. "Kukuli" kanalının sıralama ölçütü seçeneği kapalı olduğu için arama çubuğuna "Kukuli" yazılarak, arama çubuğu filtrelerinden sıralama ölçütü sekmesinden görüntülenme sayısı seçilmiş ve görüntülenme sayısı en yüksek videodan başlanarak örneklem kriterlerine uyan üç video belirlenmiştir.

Verilerin Analizi

Neumann ve Herodotou'nun (2020) geliştirmiş olduğu YouTube Videoları Dereceli Puanlama Anahtarı (YouTube Video Evaluation Rubric) Türkçeye çevrilerek iki alan uzmanı tarafından açıklık ve aslına uygunluk açısından karşılaştırılmış, formda yer alan

maddelerin çevirisi üzerinde görüş birliği sağlandıktan sonra belirlenen ölçütlere göre seçilen 21 video, YouTube Videoları Dereceli Puanlama Anahtarı kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmanın güvenilirliği için Türkçeye çevrilen form yedi video için ikisi okul öncesi eğitimde teknoloji çalışan ve biri de bilgisayar teknolojileri alanında uzman üç kişi tarafından doldurularak Miles ve Huberman'ın (1994) kodlayıcılar arasındaki uzlaşma formülü ile incelenmiş ve uzlaşma yüzdesi .72 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada Dereceli Puanlama Anahtarının yaşa uygunluk ve gelişimi desteklemeye ilişkin maddeleri dikkate alınmıştır. Araştırmacılar her videoyu en az dört kez izlemiş; görüş farklılığı olan maddelerde araştırmacılar bir araya gelip görüş birliği sağladıktan sonra veriler analiz edilmeye başlanmıştır.

Nitel araştırmada geçerlik en temel anlamıyla istenen şeyin gerçekten ölçülüp ölçülmediğinin bir göstergesidir (Aydın ve Bayazıt, 2021). Toplanan verilerin ayrıntılı olarak rapor edilmesi ve araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığını açıklaması da nitel araştırmalarda geçerliliğin önemli ölçütleri arasında yer almaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Araştırmada incelenen videoların, değerlendirmede esas alınan maddelerin kanıtlarıyla ilgili görsellerine ve konuşmalara ait metinlere doğrudan yer verilerek araştırmanın geçerliliğini artırmak amaçlanmıştır.

Etik Kurallara Uygunluk

Araştırmada açık erişim kaynaklı veri kullanıldığı için etik kurul izni alınmamıştır. Araştırmanın tüm süreçlerinde etik kurallara uyulmuş ve verilere nasıl ulaşıldığı açık bir biçimde ifade edilmiştir.

BULGULAR

Bu çalışmada amacı YouTube'daki animasyon içeriklerin çocuğa uygunluğu ve onların gelişimine olan katkılarını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda elde edilen bulgular aşağıda araştırmanın amaçları doğrultusunda sunulmuştur.

Tablo 1. Animasyon Videoların Yaşa Uygunluk Kriterleri Açısından Puanlaması

Kanal/Video İsmi		İçerik çocuğun taklit edebileceği özellikte mi?	İçerik çocukla benzerlikler paylaşıyor mu?	Ekrandaki davranış olumlu mu?	Ekrandaki uygun davranış pekiştiriliyor mu?	Toplam (8)
Niloya	Niloya 1	2	2	2	2	8
	Niloya 2	2	2	2	0	6
	Niloya 3	2	1	1	1	5
Afacan Tv	Afacan Tv 1	0	1	1	1	3
	Afacan Tv 2	1	1	1	1	4
	Afacan Tv 3	1	2	1	1	5
Maşa İle Koca Ayı	Maşa İle Koca Ayı 1	2	2	1	0	5
	Maşa İle Koca Ayı 2	2	1	0	0	3
	Maşa İle Koca Ayı 3	0	1	0	0	1
Kukuli	Kukuli 1	1	2	1	1	5
	Kukuli 2	0	1	0	0	1
	Kukuli 3	2	1	2	1	6
Düşyeri	Düşyeri 1	2	2	1	2	7
	Düşyeri 2	2	2	1	1	6
	Düşyeri 3	0	2	2	2	6
Disney Channel Türkiye	Disney Channel Türkiye 1	1	1	0	0	2
	Disney Channel Türkiye 2	0	1	0	0	1
	Disney Channel Türkiye 3	1	1	0	0	1
Mutlu Çocuk	Mutlu Çocuk 1	2	1	2	2	7
	Mutlu Çocuk 2	0	2	2	2	6
	Mutlu Çocuk 3	2	1	2	2	7

Tabloda yer alan her madde için; Hayır (0), Kısmen (1) ve Evet (2) olmak üzere en düşük puan "0" en yüksek puan "2" dir.

Tablo 1 incelendiğinde değerlendirme kriterlerinin hepsini tam olarak karşılayan bir video olduğu, değerlendirme kriterlerinden hiçbirini karşılamayan video olmadığı görülmektedir.

Değerlendirme kriterlerinden “İçerik çocuğun taklit edebileceği özellikte mi?” maddesine yönelik 6 videonun taklit içeren unsurları hiç barındırmadığı, 5 videonun kısmen, 10 videonun tamamen barındırdığı belirlenmiştir. Bu maddeye yönelik izlenen videolar içerisinde çocuğun ekranda izlediğinde taklit edebileceği bir şarkı veya hareket aranmış, örneğin “Maşa İle Koca Ayı 3” isimli videoda bu değerlendirmeye dair bir kanıt gözlemlenemediği için bu video ilgili unsurları barındırmadığı şeklinde değerlendirilirken; “Afacan Tv 2” videosu için video içeriğinde tekrar edebilecek bir şarkı gözlemlenemese de, video içinde taşıtlardan bahsedildikten sonra bu taşıtların seslerine yer verildiği için çocukların içeriği kısmen taklit edebileceği düşünülmüştür. “Niloya 1” isimli videoda ise video içeriği ve akışına uygun şekilde bir şarkıya yer verilmiştir (Şekil 1 ve Şekil 2).



Şekil 1. Niloyalı Kodlu Video “Bayramlaşma”



Şekil 2. Niloyalı Kodlu Video “El Öpme”

Ramazan Bayramı konulu “Niloya 1” isimli videoda yer alan şarkının sözlerinde “Ramazan Bayramın kutlu olsun, yüreğin sevgiyle dolsun” ve “Ver elini öpeyim, annemim, babacım” gibi ifadeler yer almakta videoda ana karakterlerin bir Ramazan Bayramı sürecinde yaşadıkları şarkı eşliğinde gösterilmektedir. Videoda geçen şarkı videoyla bağlantılıdır ve şarkı sözleri çocuğu içeriği tekrarlamaya teşvik etmektedir. Bu

nedenle “Niloya 1” isimli video çocuğun sunulan içeriği taklit edebileceği yönünde değerlendirilmiştir.

Değerlendirme kriterlerinden “İçerik çocukla benzerlikler paylaşıyor mu?” maddesine yönelik, 12 video kısmen, 9 video ise tamamen uygun özellikler taşıdığı şeklinde puanlanmıştır. Bu maddeye yönelik olarak izlenen videoların içeriklerinin çocuğun yaş, cinsiyet ve ilgi alanları gibi kriterler açısından günlük yaşantısı ile benzerlik taşıp taşımadığı dikkate alınmıştır. Örneğin “Niloya 2” videosunda çok şeker yediği için dişleri ağrıyan ve dişçiye gitmekten çekinen bir çocuğun yaşadıkları anlatılmış, çocukların şekere olan ilgisi ve dişçiye gitmekte tereddüt yaşaması, bu durum karşısında gösterebileceği duygu ve düşünceleri ile benzerlik gösterdiğinden çocuğun günlük yaşantısı ile tamamen uyumlu olduğu yönünde değerlendirilmiştir. “Maşa İle Koca Ayı 3” videosunda kuzeniyle yeni tanışan bir çocuğun kuzeniyle arasında geçenler işlenmiştir. İçerik bu açıdan çocuğun yaşantısı ile paralellik gösterse de kuzenin bir hayvan olması ve kuzeniyle yaptığı işlerin (odun kesme, çit boyama vb.) çocukların yaş ve gelişim özellikleri ile ilişki rutinler içerisinde çok fazla yer almaması nedeniyle çocuğun günlük yaşantısı ile kısmen uyumlu olduğu düşünülmüştür.



Şekil 3. Disney Channel Türkiye 3 Kodlu Video “Karakterler”



Şekil 4. Disney Channel Türkiye 3 Kodlu Video “Dönüşüm”

Benzer olarak “Disney Channel Türkiye 3” videosunda karakterlerin yaşının büyük olması (Şekil 3), yaşadıkları olayların olağanüstü olması nedeniyle çocukla benzerlik taşımaya da sihirli ve hayvan merkezli dönüşüm temalı sahnelerin (Şekil 4) çocukların ilgisini çeken unsurlar içermesi nedeniyle ‘kısmen’ uygun olduğuna karar verilmiştir.

Değerlendirme kriterlerinden “Ekrandaki davranış olumlu mu?” maddesine yönelik olarak 6 videonun uygun özellikler taşımadığı, 8 videonun kısmen ve 7 videonun tamamen uygun özellikler taşıdığı belirlenmiştir. Bu maddeye yönelik izlenen videolarda, ekrandaki davranışın, etik, adil, şefkatli, ahlaki, şiddet içermeyen ve korkutucu olmayan davranışlar olup olmadığına bakılmıştır. “Disney Channel Türkiye” kanalının 3 videosunun da bu madde için uygun özellikler taşımadığı şeklinde değerlendirilmesinin sebebi, video içeriklerinin şiddet barındırması ve bazı sahnelerinin korkutucu özellikler taşımasıdır. “Kukuli 2” videosunda ise dışarıda yağmur yağdığı için evde top oynayan bir maymun ve bir çocuk işlenmiştir (Şekil 5).



Şekil 5. Kukuli 2 Kodlu Video “Evde Top Oynama”



Şekil 6. Kukuli 2 Kodlu Video “Kızgın Karakter”

Şiddet içeriği barındırmasa bile erkek çocuk ve maymun evde top oynadığı için kız çocuk tarafından heykelin kırılmaması yönünde uyarılmalarına rağmen (Şekil 6), iki karakter oyuna devam etmiş ve sonunda heykel kırılmış, erkek çocuk ve maymun ortandan kaçmıştır. İçerik belirtilen olumsuz davranışlar nedeniyle uygun özellikler taşımadığı şeklinde değerlendirilmiştir. “Düşyeri 1” videosu bir karakterin davranışının ahlaki olduğu ancak diğer karakterinin davranışının adil olmadığı gözlemlendiği için, “Afacan Tv 1” videosu ise içerikte herhangi bir davranış örneği olmadığı, ancak kullanılan dil olumlu olduğu için (Örneğin; “Doğru, bildin”, “Hadi bana ineğin yavrusunu göster”, “Hoşça kalın” vb.) kısmen uygun özellikler taşıdığı şeklinde puanlanmıştır. “Mutlu Çocuk” kanalının videoların ana karakteri Leo, sırasıyla bir ata, bir robota ve yarış arabalarına yardım etmektedir. Bu nedenle “Mutlu Çocuk” kanalının 3 videosu da

ekrandaki davranışlar olumlu olduğu için uygun özellikler taşıdığı yönünde değerlendirilmiştir.

Değerlendirme kriterlerinden “*Ekrandaki uygun davranış pekiştiriliyor mu?*” maddesine yönelik 8 videonun uygun özellikler taşımadığı, 7 videonun kısmen, 6 videonun uygun özellikler taşıdığı belirlenmiştir. Bu maddeye yönelik izlenen videolar olumlu davranışın övülmesi veya teşvik edilmesi ve olumsuz davranışın teşvik edilmemesi açısından değerlendirilmiştir. “Maşa İle Koca Ayı” kanalının videolarında ana karakter Maşa sırasıyla, ayının reçel yapmasına engel olmakta ve tehlikeli oyunlar oynamakta, sürekli kıyafetlerini kirlemekte veya evine gelen misafirle hiçbir şeyi paylaşmamaktadır. Bahsi geçen durumlar bir davranıştan ibaret olmayıp, videoların temel konusunu oluşturmaktadır. Bu nedenle “Maşa İle Koca Ayı” kanalına ait izlenen 3 videoda çocuk ve ayı karakteri arasında geçen olaylarda çocuğun karakterlere karşı olumsuz davranışların herhangi bir dönüt almaması ve uygun davranışın pekiştirme almadığı gözlemlendiği için bu videolar uygun özellik taşımadığı şeklinde değerlendirilmiştir.



Şekil 7. Afacan Tv 1 Kodlu Video
“Hayvanların Yavruları”



Şekil 8. Afacan Tv 1 Kodlu Video
“Doğru Cevap”

“Afacan Tv” kanalına ait üç videoda da izleyicinin bir sorunun cevabını bildiği varsayılarak olumlu dönüt verildiği için bu videolarda uygun davranışı kısmen pekiştirme aldığı belirlenmiştir. Örneğin; “*Şimdi de atın yavrusunu bul bakalım. Hangisi tay?*” (Şekil 7), “*Aferin sana, doğru. Atın yavrusu tay işte burada*” (Şekil 8). “Mutlu Çocuk” kanalına ait videolarda karakterin olumlu davranışlarının övülmesi ve olumsuz

davranışlara yer verilmemesi nedeniyle bu videolar bu madde için uygun özellik taşıdığı şeklinde değerlendirilmiştir.

Tablo 2. Videoların Gelişime Olan Katkıları Kriterleri Açısından Puanlaması

Kanal/Video İsmi		Video bilişsel gelişimi destekliyor mu?	Video fiziksel gelişimi destekliyor mu?	Video sosyo-duygusal gelişimi destekliyor mu?	Toplam (6)
Niloya	Niloya 1	0	0	2	2
	Niloya 2	2	0	0	2
	Niloya 3	2	0	1	3
Afacan Tv	Afacan Tv 1	2	0	0	2
	Afacan Tv 2	2	0	0	2
	Afacan Tv 3	2	0	0	2
Maşa İle Koca Ayı	Maşa İle Koca Ayı 1	1	0	1	2
	Maşa İle Koca Ayı 2	1	0	0	1
	Maşa İle Koca Ayı 3	0	0	0	0
Kukuli	Kukuli 1	2	1	2	5
	Kukuli 2	1	1	0	2
	Kukuli 3	2	0	2	4
Düşyeri	Düşyeri 1	1	0	2	3
	Düşyeri 2	0	0	2	2
	Düşyeri 3	2	0	1	3
Disney Channel Türkiye	Disney Channel Türkiye 1	0	0	0	0
	Disney Channel Türkiye 2	1	0	0	1
	Disney Channel Türkiye 3	0	0	1	1
Mutlu Çocuk	Mutlu Çocuk 1	2	0	2	4
	Mutlu Çocuk 2	2	0	1	3
	Mutlu Çocuk 3	2	0	1	3

Tablo 2. Videoların Gelişime Olan Katkıları Kriterleri Açısından Puanlaması

Kanal/Video İsmi	Video bilişsel gelişimi destekliyor mu?	Video fiziksel gelişimi destekliyor mu?	Video sosyo-duygusal gelişimi destekliyor mu?	Toplam (6)
------------------	---	---	---	------------

Tabloda yer alan her madde için; Hayır (0), Kısmen (1) ve Evet (2) olmak üzere en düşük puan "0" en yüksek puan "2" dir

Tablo 2 incelendiğinde değerlendirme kriterlerinden tam puan olan hiçbir video yokken 2 videonun hiçbir değerlendirme kriterini karşılamadığı görülmektedir.

Değerlendirme kriterlerinden "Video bilişsel gelişimi destekliyor mu?" maddesine yönelik 5 videonun uygun özellik taşımadığı, 5 videonun kısmen, 11 videonun uygun özellikler taşıdığı belirlenmiştir. Bu maddeye yönelik izlenen videolar dil, okuryazarlık, matematik, fen bilgisi ve bunlara yönelik bilişsel becerilerin içerikte ne ölçüde desteklendiği göz önüne alınarak değerlendirilmiştir. Örneğin "Niloya 1" isimli videoda bu becerilerin desteklenmesine yönelik bir kanıt bulunamadığı için video uygun özellik taşımadığı yönünde değerlendirilirken "Kukuli 2" ve "Düşyeri 1" isimli videolarda karakterlerin bir problem durumuna çözüm üretmeleri gerektiğinden bu videoların 'kısmen' bilişsel gelişimi desteklediği düşünülmüştür. Bu maddeye yönelik değerlendirmede, renk, ses, özel isimler vb. öğelerin içeriğin temelini oluşturduğu "Afacan Tv" kanalına ait videolar; bir işin nasıl yapıldığının gösterildiği veya problem durumunda ne yapılabileceğinin sorulup cevabının gösterildiği "Mutlu Çocuk" kanalına ait videolar çocukların bilişsel gelişimini destekliyor şeklinde değerlendirilmiştir. Bununla birlikte "Niloya 2" videosu gibi bilişsel gelişimi destekleyici unsurlar (Dişçinin öneminden bahsedilmesi, süpürge ile çalıştığını göstermesi, şeker diş ilişkisi vb.) barındıran videoların da bu maddeyi karşıladığı kabul edilmiştir.

Değerlendirme kriterlerinden "Video fiziksel gelişimi destekliyor mu?" maddesine yönelik, 19 videonun bu özellikleri barındırmadığı, 2 videonun kısmen barındırdığı belirlenmiştir. Bu maddeye yönelik izlenen videolar kaba ve ince motor becerilerini ne

ölçüde desteklediği göz önünde bulundurularak değerlendirilmiştir. Değerlendirilen 19 videoda, kaba ve ince motor becerileri kullanmaya teşvik edici veya bir hareketi gösterip yaptırmaya yönelik herhangi bir kanıt gözlemlenemediği için bu videolar fiziksel gelişimi desteklemediği düşünülmüştür. Kukuli kanalına ait “Kukuli 1” ve “Kukuli 2” isimli videolarda, video sırasında fiziksel gelişimi destekleyici bir unsura yer verilmesi de dışarda oynanan oyunların gösterilmesi (Şekil 8 ve Şekil 9) çocukları hareket etmeye özendirdiği düşünülerek kısmen fiziksel gelişimi desteklediği şeklinde puanlanmıştır.



Şekil 8. Kukuli 1 Kodlu Video “Koşu Yarışması”



Şekil 9. Kukuli 2 Kodlu Video “Dışarda Top Oynama”

İncelenen videolarda, çocukları hareket etmeye özendiren içerikle birlikte kaba/ince motor becerileri hedefleyen hareketlerin gösterilip yaptırıldığı veya çocukların harekete katılmaya davet edildiği bir bölüme yer verilmediği için incelenen videolar fiziksel gelişimi desteklemediği şeklinde değerlendirilmiştir.

Değerlendirme kriterlerinden “*Video sosyal ve duygusal gelişimi destekliyor mu?*” maddesine yönelik 9 videonun bu özellikleri barındırmadığı, 6 videonun kısmen ve 6 videonun bu özellikleri taşıdığı şeklinde puanlanmıştır. Bu maddeye yönelik izlenen videolar olumlu ilişkileri, iletişim becerilerini, ahlaki tutumları, dayanıklılığı, öz düzenlemeyi ve kendine güveni ne ölçüde desteklediği göz önünde bulundurularak değerlendirilmiştir. Sosyal duygusal gelişimi desteklemediği belirlenen “Kukuli 2” ve “Maşa İle Koca Ayı 3” isimli videolarda karakterler arasındaki ilişkiler olumsuz özellikler (çocuğun evlerine gelen kuzeni ile hiçbir şeyi paylaşmak istememesi ve

ebeveyn rolündeki ayının bu durumu kendi işlerini yaptırmak için kullanması) içermektedir. “Afacan Tv” isimli kanala ait videolarda ise sosyal ve duygusal gelişimi destekleyecek herhangi bir sahne bulunmadığı için bu gelişimi desteklemiyor olarak değerlendirilmiştir. “Düşyeri 3” ve “Niloya 3” isimli videolarda sosyal duygusal gelişimi doğrudan olmasa da dolaylı yollardan (Niloya karakterinin bir işi yapabilmesi için babaannesini tarafından teşvik edilmesi veya Pepe karakterinin annesinin uykunun öneminden bahsederek dolaylı yoldan öz düzenleme becerisini teşvik etmesi gibi) bu gelişim alanını kısmen desteklemekte olduğu düşünülmüştür. Doğrudan yardımlaşmanın (Niloya 1), hayvanlara yardım etmenin (Kukuli 3), olumlu iletişim kurmanın yollarının (Düşyeri 2) anlatıldığı videolar ise sosyal duygusal gelişimi desteklediği yönünde değerlendirilmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmada YouTube'daki animasyon içeriklerinin 3-6 yaş arası çocuklara uygunluğu ve onların gelişim alanlarına olan katkıları incelenmiştir. Çocuğa uygunluk açısından YouTube videoları incelendiğinde videoların yarıya yakınının en az bir madde açısından çocuklara uygun olmadığı ortaya çıkmıştır. Radesky ve diğerleri (2020b) yaptıkları çalışma sonucunda sekiz yaş ve altındaki çocukların izlediği dört videodan en az birinin daha büyük yaş grubundaki hedef kitlelere yönelik olduğunu belirtmektedir. Ayrıca 21 videodan sadece yedisinde ekranda sergilenen davranışın tamamen olumlu olduğu, 8'inin kısmen 6'sının ise içeriğinin olumsuz özellikler barındırdığı belirlenmiştir. Bu 21 videodan rastgele birini izleyen bir çocuk için ekrandaki davranışın olumlu olma ihtimaliyle olumsuz olma ihtimali neredeyse eşittir. Buna paralel olarak Papadamou ve arkadaşları (2019b) Youtube'da rahatsız edici olmayan videoları izlemeye başlayan bir çocuğa uygunsuz videoların önerilmesi olasılığının %45 olduğunu söylemektedir (Papadamou ve diğerleri, 2019b). Bu açıdan bakıldığında YouTube'da yer alan animasyon videolarında ekrandaki davranışın olumsuz olma ihtimali azımsanamayacak kadar yüksektir. Bununla birlikte Yıldız (2016) okul öncesi eğitime devam eden 3-6 yaş çocuklarının televizyonda en çok izledikleri çizgi filmleri tespit etmek ve bu çizgi

filmlerdeki şiddet içeriklerinin oranlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirdiği araştırmada çocukların izlemekten keyif aldıkları çizgi filmlerde izlenen 39495 saniyelik izlem süresinin 4220 saniyesinde şiddet unsurlarının yer aldığı sonucuna ulaşmıştır. Televizyonda yayınlanan çizgi filmlerin çoğunun YouTube’da da yer aldığı göz önünde bulundurulduğunda, araştırma sonuçları ile paralellik gösterdiği söylenebilir.

Araştırmada ele alınan videolar çocukların gelişimine olan katkıları açısından incelendiğinde, videoların yarısından fazlasının (11) en fazla bir gelişim alanını desteklediği, bilişsel, fiziksel ve sosyal duygusal gelişim alanlarının hepsini birden kısmen veya tamamen destekleyen sadece bir videonun olduğu, iki videonun ise hiçbir gelişim alanını desteklemediği ortaya çıkmıştır. Bu konuda Radesky ve diğerlerinin (2020b) ebeveynler aracılığıyla YouTube web sitesinin veya uygulamasının "geçmiş" bölümünden çocukların izlediği videoları incelediğinde, videoların dörtte üçünün (%75) eğitsel değerinin olmadığı veya çok düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır. Buna paralel olarak Boğa ve Sağlam (2021) bir çocuk YouTuber kanalının içeriksel analizini yaptıkları çalışmada videoların içeriklerinin izlenme oranı ve popülerlik ile birlikte eğitsel içeriklerinden eğlence içeriklerine dönüştüğünü vurgulamıştır. Akça ve Koç Çilekçiler (2019) okul öncesi dönem çocuklarına yerinde olmak istedikleri çizgi film karakterleri sorulduğunda, bu araştırmada da iki videosu (Disney Channel Türkiye 1 ve Disney Channel Türkiye 3) yer alan Uğur Böceği ile Kara Kedi çizgi filminin karakterlerinden; kız çocuklarının %7,4’ünün Uğur Böceği ve erkek çocuklarının %5,7’sinin Kara Kedi’nin yerinde olmak istediğini bulmuştur. Bu araştırmada ise “Disney Channel Türkiye 1” ve “Disney Channel Türkiye 3” videolarında ekrandaki davranışın olumlu olmadığı ve ekrandaki uygun davranışın pekiştirmediği, üstelik bu videoların çocuklara olan katkısının yok denecek kadar az olduğu görülmektedir. Bu bağlamda araştırmada elde edilen sonuçların alanyazınla paralellik gösterdiği söylenebilir.

Son olarak incelenen videolardan sadece iki videonun fiziksel gelişimi kısmen desteklediği ve diğer videolarda çocukların fiziksel gelişimini destekleyici herhangi bir kanıtla rastlanmadığı görülmektedir. Literatürde YouTube videolarının fiziksel gelişime olan katkıları açısından incelenmesine dair doğrudan bir çalışma bulunmasa da çocuklar

için fazla medya kullanımı, çocukluk çağı obezitesi ve uzun vadeli olumsuz sağlık sonuçları ile ilişkilendirilmiştir (Nunez-Smith, Wolf, Huang, Emanuel ve Gross, 2008). Üstelik YouTube'da çocuklara yönelik içeriklerde fiziksel sağlıklarını tehdit eden sağlıksız gıda reklamlarının oldukça çok sayıda olduğu belirlenmiştir (Tan ve diğerleri, 2018). Bununla birlikte çizgi film programlarının çocuklara etkisi konusunda ailelerin bilgi ve farkındalık düzeylerini inceleyen bir çalışma sonucunda çizgi film programlarının çocuklara olumlu etkilerinden çok olumsuz etkilerinin olduğu ve bu durumun çocuğa zarar verecek duruma geldiği sonucuna ulaşmıştır (Yetim ve Sarıçam, 2016). Çizgi filmlerin çocuğun bilişsel, duygusal ve davranışlarına yakın olması ve çizgi film kahramanı ile özdeşleşebilmesi (Güler, 1989) ve çocukların izledikleri içeriklerin yaşına uygun olması çizgi filmlerin temel özelliklerindedir (Anderson ve Pempek, 2005; Barr, 2010). Çocukların izledikleri kahramanlarla kendilerini özdeşleştirerek onların özelliklerine sahip olmak istedikleri çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur (Akça ve Koç Çilekçiler, 2019; İmik Tanyıldızı ve Karabulut, 2018). Bu nedenle çocuğun izlediği içeriklerinde çocukların taklit edebileceği, gerçekçi ve çocukla benzerlik taşıyan içerikler olması (Neuman ve Herodotou, 2020), ekrandaki davranışın olumlu şiddet içermeyen davranışlarından oluşması son derece önemlidir. Ancak çizgi filmlere yönelik yapılan birçok araştırma çizgi filmlerin şiddet içerdiğini (Atik ve Ebre, 2015, Ercen ve diğerleri, 2022, Özen ve Kartelli, 2017, Üstündağ ve Şenol, 2021, Yıldız, 2016), çocukların izledikleri şiddet içeriklerini oyunlarında kullandıklarını (Atik ve Ebre, 2015) ve çizdikleri resimlere yansıttıklarını (Bapoğlu Dümenci, Dilli ve Sicim Sevim, 2019) ortaya koymaktadır. Buna karşın çocukların gelişimine olan katkıları açısından incelendiğinde bazı çizgi film içeriklerin çocukların ilgi ve güdülerini sağlamadaki olumlu etkisinin yüksek olduğu (Alpay ve Okur, 2021), bilişsel gelişim ve sosyal duygusal gelişim alanındaki kazanımlara yönelik durum ve olaylara ağırlıklı olarak yer verildiği, ancak motor gelişim alanıyla ilgili olarak çizgi filmlerde çocuklara olumlu tutum-davranış kazandıracak durum veya olaylara neredeyse hiç yer verilmediği belgelenmiştir (Cengiz, İlçi Küsmüş ve Ramazan, 2020).

Sonuç olarak incelenen YouTube kanallarında yer alan animasyon videolarının çocukların gelişimine katkı sağlama açısından yetersiz olduğu, her ne kadar çocukların günlük yaşantısı ile büyük oranda benzerlikler taşısa da videoların çocukların gelişim alanlarına olan katkısının oldukça düşük olduğu söylenebilir. Okul öncesi dönem gelişimin en hızlı olduğu, ağırlıklı olarak oyun yoluyla ve model alarak öğrenmelerin gerçekleştiği bir dönem olması nedeniyle çocuğun etkileşim alanı içerisinde bulunan her şeyin dikkatle seçilmesi gerektiği bir dönemdir. Ayrıca her zaman çocuğun yüksek yararının temel alınması söz konusu olduğundan gelişimini olumsuz etkileyebilecek en ufak bir riskle dahi yüz yüze gelmemesi bağlamında dijital ortamlarda okul öncesi dönem çocuklara sunulacak içeriklerin nitelikli olarak ele alınmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bütün bu belirtilenler ışığında YouTube Türkiye’de en çok görüntülenme sayısına sahip 100 YouTube kanalından belirlenen ölçütlere göre seçilen yedisi ile sınırlı olduğu dikkate alınarak gelecekte yapılacak olan araştırmalarda YouTube’daki animasyon videoların çocuğa olan katkılarının MEB (2013) Okul Öncesi Eğitim Programında yer alan kazanımlar çerçevesinde incelenmesi, animasyon videoların dışındaki içeriklerin çocuğa uygunluğunu ve çocuğun gelişimine olan katkılarını belirlemeye yönelik çalışmaların yapılması ve YouTube’daki çocuklara yönelik videoların tasarım özellikleri, içerik kalitesi gibi alanlarda da değerlendirilmesi yararlı olacaktır.

KAYNAKLAR

- Akça, F. & Koç Çilekçiler, N. (2019). Okul öncesi dönemdeki çocukların en çok etkilendiği çizgi film karakterleri ve bu karakterlerle özdeşleşmelerinin yol açabileceği dijital tehlikeler. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 6, 403–433. doi: 10.15805/addicta.2019.6.2.0053
- Alpay, N. & Okur, M. R. (2021). Okul öncesi dönemdeki 5-6 yaş çocuklarının görsel okuryazarlık durumlarının ve dijital öğrenme içeriklerinin incelenmesi. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 7 (3), 1-34. doi: 10.51948/auad.951885
- Anderson, D. R., & Pempek, T. A. (2005). Television and very young children. *American Behavioral Scientist*, 48(5), 505–522. <https://doi.org/10.1177/0002764204271506>.
- Auxier, B., Anderson, M., Perrin, A., & Turner, E. (2020). *Parenting children in the age of screens*. pew research Center, July 2020, <https://www.pewresearch.org/internet/2020/07/28/parenting-children-in-the-age-of-screens/> sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişildi.
- Aral, N., & Doğan Keskin, A. (2018). Ebeveyn bakış açısıyla 0-6 yaş döneminde teknolojik alet kullanımının incelenmesi. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 5(2), 317-348. doi: <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.2.0054>
- Atalay, G. E. (2019). Sosyal Medya ve Çocuk: “Babishko Family Fun TV” İsimli Youtube kanalının eleştirel bir analizi. *Erciyes İletişim Dergisi Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı*, (1), 179-202. doi: 10.17680/erciyesiletisim.484856
- Ateş, M. & Durmuşoğlu Saltalı, N. (2019). KKTC’de yaşayan 5-6 yaş çocukların tablet ve cep telefonu kullanımına ilişkin ebeveyn görüşlerinin incelenmesi. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 62-90. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gebd/issue/44078/502705> sayfasından 5 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Atik, A. & Ebrin, Ö. (2015). Çizgi filmlerde sempatik şiddet olgusu: TRT çocuk televizyonu örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, (8), 99-114. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiletisim/issue/33518/37393> sayfasından 24 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Aydın, S. & Bayazıt, I. (2021). *Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik*. Kasım, M. Ç.(Ed.) Nitel araştırma yöntemleri(s.182-206) içinde. Ankara: Pegem Akademi.
- Bapoğlu Dümenci, S., Dilli, R. & Sicim Sevim, B. (2019). Çocuk animasyon filmlerinin okul öncesi çocuk resimleri üzerindeki yansımaları. *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 1-12.

- <https://dergipark.org.tr/tr/pub/etad/issue/46499/442922> sayfasından 24 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Barr, R. (2010). Transfer of learning between 2D and 3D sources during infancy: Informing theory and practice. *Developmental Review, 30*(2), 128–154.
- Boğa, E. & Sağlam, M. (2021). Dijital ortamda çocuk: Bir çocuk Youtuber kanalının içeriksel analizi. *Erciyes İletişim Dergisi, 8* (2), 643-664.doi: 10.17680/erciyesiletisim.889793
- Brunick, K. L., Calvert, S. L., & Richards, M. N. (2015). Children’s parasocial breakups with formerly-favorite media characters. *In Poster presented at the annual Meeting of the American Psychological Society, New York City, NY.*
- Brunick, K. L., Putnam, M. M., McGarry, L. E., Richards, M. N., & Calvert, S. L. (2016). Children’s future parasocial relationships with media characters: The age of intelligent characters. *Journal of Children and Media, 10*(2), 181-190. <https://doi.org/10.1080/17482798.2015.1127839> sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Buzzi, M. (2011a, September). *Children and YouTube: Access to safe content.* In: Proceedings Of The 9th ACM SIGCHI Italian Chapter International Conference On Computer-Human Interaction: Facing Complexity (Pp.125-131).
- Buzzi, M. (2011b, December). *What are your children watching on Youtube?.* In: International Conference On Advances İn New Technologies, Interactive Interfaces, And Communicability (Pp. 243-252). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Castelló-Martínez, A., & Tur-Viñes, V. (2020). Obesity and food-related content aimed at children on YouTube. *Clinical Obesity, 10*(5), e12389. <https://doi.org/10.1111/cob.12389> sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Cengiz, Ö., İlçi Küsmüş, G. & Ramazan, O. (2020). TRT çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmlerin gelişim alanlarına göre değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 16* (2), 271-287. doi: 10.17860/mersinefd.633447
- Demir, E. (2019). *Çizgi film karakter reklamlarının çocuk tüketiciler üzerindeki etkileri.* (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Demir, R. & Kargın, T. (2020). Çocuk Youtuberlar ve paylaştıkları videolar üzerine bir doküman analizi. *Turkish Studies - Education, 15*(6), 4091-4116. <https://dx.doi.org/10.47423/TurkishStudies.47390>
- 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).
- Ercen, R. Ç., Ünver, A., Gök, G., Yıldırım, M., Düz, M., Akaltun, S., Savi, Ş. & Şenyiğit, Z. (2022). 3-6 Yaş çocuklarının izlediği çizgi filmlerdeki kız erkek karakterlerin şiddet ve saldırganlık eğilimlerinin incelenmesi. *Sağlık Bilimleri ve*

- Yaşam Dergisi*, 6 (1),16-25.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbyd/issue/69224/1077255> sayfasından 24Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Ergün Özdel, Z. G. (2019). *Türkiye'de en çok izlenen, Youtube video kanallarında çocuklara yönelik olumsuz içerikler açısından analizi*.(Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ergüney, M. (2017). İnternetin okul öncesi dönemdeki çocuklar üzerindeki etkileri hakkında bir araştırma. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(17), s. 1917-1938. DOI: 10.7816/ulakbilge-05-17-10.
- Genc, Z. (2014). Parents' perceptions about the mobile technology use of preschool aged children. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 146, 55-60.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.086>
- Güler, D. (1989). Çocuk, televizyon ve çizgi film. *Kurgu*, 5 (1), 144-158.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/kurgu/issue/59617/858959> sayfasından 24 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Gülmez, E. (2019). *Okul öncesi dönem kavram öğretiminde Youtube'un bir eğitim teknolojisi olarak kullanılması*. (Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Konya.
- İmik Tanyıldızı, N. & Karabulut, N. (2018). Okul öncesi eğitime devam eden çocukların çizgi ve dizi filmlere yönelik düşüncelerinin incelenmesi. *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 4(9), 86-102.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijhe/issue/39344/455672> sayfasından 24 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Kırık, A. M. & Altun, E. (2019). Yeni medya ve Z kuşağı ilişkisi bağlamında Youtube kids uygulamasının içeriksel analizi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(6),111-119.doi: 10.18506/anemon.526344
- Leymun, Ş. O., Odabaşı, F., & Yurdakul, İ. K. (2017). Eğitim ortamlarında durum çalışmasının önemi. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 5(3), 367-385.
- Mahmood, T., Iftikhar, U., & Bhatti, M. A. (2020). Impact of Violent Cartoons on the Behaviour of Children: A case study of South Punjab. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 6(2), 689-702.
- Marsh, J., Law, L., Lahmar, J., Yamada-Rice, D, Parry, B., Scott, F., Robinson, P., Nutbrown, B., Scholey, E., Baldi, P., Mckeown, K., Swanson, A., & Bardill, R. (2019). *Social media, television and children*. University Of Sheffield.
https://www.stacstudy.org/downloads/STAC_Full_Report.pdf sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Meyer, M., Adkins, V., Yuan, N., Weeks, H. M., Chang, Y. J., & Radesky, J. (2019). Advertising in young children's apps: A content analysis. *Journal Of*

- Developmental & Behavioral Pediatrics*, 40(1), 32-39. doi: 10.1097/DBP.0000000000000622
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. California: Sage.
- Munir, M., & Rokmah, U. N. (2020). Character education values in the children's animated movie channel Youtube nussa official/nilai-nilai pendidikan karakter Dalam Film Animasi Anak Channel Youtube Nussa Official. *Al-Mudarris: Journal Of Education*, 3(1), 56-65. <https://doi.org/10.32478/al-mudarris.v3i1.389> sayfasından 5 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Neumann, M. M., & Herodotou, C. (2020). Young children and Youtube: A global phenomenon. *Childhood Education*, 96(4), 72-77. doi:10.1080/00094056.2020.1796459.
- Nunez-Smith, M., Wolf, E., Huang, H. M., Emanuel, D. J., & Gross, C. P. (2008). *Media and child and adolescent health: A systematic review*. Washington, DC: Common Sense Media. <https://ipsdweb.ipsd.org/uploads/IPPC/CSM%20Media%20Health%20Report.pdf> sayfasından 5 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Oruç, C., Tecim, E., & Özyürek, H. (2011). Okul öncesi dönem çocuğunun kişilik gelişiminde rol modellik ve çizgi filmler. *Ekev Akademi Dergisi*, 15(48), 281-297.
- Özen, Ö. ve Kartelli, F. (2017). Türkiye’de yayın yapan çocuk kanallarında yayınlanan çizgi filmlerdeki şiddet olgusunun analizi. *Marmara İletişim Dergisi*, (27), 81-93. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruid/issue/30526/330808> sayfasından 24 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Özuz, E. (2018). *Dijital sosyoloji perspektifinden toplumsal değerlerin değişme sürecinde Youtuber'lar: İlköğretim öğrencileri örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özyürek, A. (2018). okul öncesi dönem çocuklarının bilgisayar teknolojisi kullanımlarının anne görüşlerine göre incelenmesi. *Çocuk ve Gelişim Dergisi*, 2 (2), 1-12. doi: 10.36731/cg.467662
- Papadamou, K., Papisavva, A., Zannettou, S., Blackburn, J., Kourtellis, N., Leontiadis, I., Stringhini, G., & Sirivianos, M. (2020). *Disturbed YouTube for kids: Characterizing and detecting inappropriate videos targeting young children*. Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 14(1), 522-533. <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/7320> sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Papadamou, K., Papisavva, A., Zannettou, S., Blackburn, J., Kourtellis, N., Leontiadis, I., ... & Sirivianos, M. (2019a). *Disturbed youtube for kids: Characterizing and detecting inappropriate videos targeting young children*. In Proceedings Of The

- International AAAI Conference On Web And Social Media (Vol. 14, Pp. 522-533).2564 31. <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/7320>
- Papadamou, K., Papasavva, A., Zannettou, S., Blackburn, J., Kourtellis, N., Leontiadis, I., ... & Sirivianos, M. (2019b). Disturbed youtube for kids: Characterizing and detecting disturbing content on Youtube. *Arxiv Preprint Arxiv:1901.07046*.
- Pempek, T. A., Demers, L. B., Hanson, K. G., Kirkorian, H. L., & Anderson, D. R. (2011).The impact of infant-directed videos on parent–child interaction. *Journal Of Applied Developmental Psychology, 32*(1),10-19. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2010.10.001> sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Pınarbaşı, T. E., ve Astam, F. K. (2021). Sosyal medyada çocuk: YouTube oyun kanalları üzerine dramaturjik bir analiz. *Selçuk İletişim, 14*(3), 1183-1212. doi: 10.18094/JOSC.877896
- Radesky J, Chassiakos Y(LR, Ameenuddin N, et al. (2020). AAP Council On Communication And Media. *Digital Advertising to Children. Pediatrics. 146*(1):e20201681 doi: <https://doi.org/10.1542/peds.2020-1681>
- Radesky, J. S., Schaller, A., Yeo, S. L., Weeks, H. M., & Robb, M. B. (2020b). *Young kids and Youtube: How ads, toys, and games dominate viewing*. Common Sense Media. https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/research/report/2020_youngkidsyoutube-report_final-release_forweb.pdf sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Radesky, J. S., Weeks, H. M., Ball, R., Schaller, A., Yeo, S., Durnez, J., ... & Barr, R. (2020a). Young children's use of smartphones and tablets. *Pediatrics, 146*(1). doi: <https://doi.org/10.1542/peds.2019-3518>
- Rideout, V., & Robb, M. B. (2020). *The Common Sense census: Media use by kids age zero to eight, 2020*. San Francisco, CA: Common Sense Media. <https://www.commonsensemedia.org/research/the-common-sense-census-media-use-by-kids-age-zero-to-eight-2020> sayfasından 5 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Salkaya, D. A. (2020). *Yeni medyada çocuk içerik üreticileri: Yaşam biçimi sunumu ve toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden Youtube çocuk kanalları*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sapsağlam, Ö. (2018). Social media awareness and usage in preschool children. *International Journal of Eurasia Social Sciences, 9*(31),728-746.
- Sekmen, M. (2019). Çocuk Youtuber'larda sorunlu bir alan: Tüketim ile mahremiyetin yitimi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8* (4), 3566-3584.DOI:10.33206/mjss.509628

- Social Blade. (2022) <https://socialblade.com/> sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Socialblade. (2021, Aralık). Top 100 Youtubers In Turkey Sorted By Video Views. <https://socialblade.com/youtube/top/country/tr/mostviewed> sayfasından 4 Aralık 2021 tarihinde erişilmiştir.
- Sönmez V., & Alacapınar, G. F. (2019). *Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Anı.
- Subaşı, M. & Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunisosbil/issue/34503/424695> sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Şalcı, O., Karakaya, K. & Tatlışme, S. (2018). Akıllı cihaz kullanımının 3-6 yaş çocukların gelişimine etkisinin okul öncesi öğretmenleri görüşleri açısından değerlendirilmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel Sayı4*, s. 53-63.
- Tan, L., Ng, S. H., Omar, A., & Karupaiah, T. (2018). What's on Youtube? A case study on food and beverage advertising in videos targeted at children on social media. *Childhood Obesity*, 14(5), 280-290. doi: 10.1089/chi.2018.0037
- Taşdelen, B. (2019) Okul öncesi çocuklar için sağlık içerikli eğitici videoların Youtube aracılığıyla kullanılması. Kırık, M. A. (Ed.), *Yeni medyada çocuk ve iletişim*, içinde (s. 97-115). Ankara; Çizgi Kitabevi. ISBN: 978-605-196-274-0
- Toksoy, N. (2021). *Youtube yayıncularının beş yaş çocuklarının dil gelişimleri ve konuşma alışkanları üzerindeki etkisinin incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tur-Viñes, V., Núñez-Gómez, P., & Martínez-Pastor, E. (2019). YouTube, menores y cultura colaborativa. Revisión bibliográfica de la investigación académica. *Historia y Comunicación Social*, 24(1), 331-351. <https://doi.org/10.5209/hics.64498> sayfasından 5 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Umut Aksu, T. (2020). *Children channels in Youtube: A content analysis study*. (The Degree Of Master). Graduate School Of Educational Sciences Of Bahçeşehir University. İstanbul.
- 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. doi: 10.46238/jobda.962705
- Üstündağ, A. & Şenol, F. B. (2021). Çizgi filmlerde yer alan şiddet ve korku öğelerinin incelenmesi: TRT Çocuk örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1),173-188.

- <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gumus/issue/60420/865219> sayfasından 24 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Yadav, S., Chakraborty, P., Mittal, P., & Arora, U. (2018). Children aged 6–24 months like to watch Youtube videos but could not learn anything from them. *Acta Paediatrica*, 107(8), 1461-1466. doi: 10.1111/apa.14291
- Yalçın, V. & Erden, Ş. (2018). Okul öncesi çocuklarının akıllı cihaz kullanma durumları üzerine ebeveyn algılarının incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(2), 461-480. Doi: 10.17556/erziefd.404237
- Yasa, F. (2021). *Çocuklara ait Youtube kanallarında yer alan reklamların özellikleri: Bir içerik analizi. 7th International Mardin Artuklu Scientific Researches Conference*. December10-12.
<http://acikerisim.pau.edu.tr/xmlui/handle/11499/39101> sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Yazıcı, E. & Gençer, E. (2016). Okul öncesi çocukların bilgi ve iletişim teknolojileriyle etkileşiminin bazı değişkenler yönünden incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(5), 2235-2252.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/kefdergi/issue/27735/317829> sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Yetim, G. & Sarıçam, H. (2016). Çizgi film programlarının çocuklara etkisi konusunda ailelerin bilgi ve farkındalık düzeylerinin incelenmesi. *OPUS – Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 6(11), 341–364.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/opus/issue/26855/270461> sayfasından 10 Nisan 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yıldız, C. (2016). 3-6 yaş çocuklarının tercih ettikleri çizgi filmlerdeki şiddet içeriklerinin analizi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(2), 698–716. DOI: 10.17240/aibuefd.2016.16.2-5000194950
- Yin, R.K. (2014) *Case study research design and methods* (5th ed.) CA: SAGE.
- Zauderer, S. (2022). Average Human Attention Span By Age (Infographic). *Cross River Therapy*. <https://www.crossrivertherapy.com/average-human-attention-span> sayfasından 8 Kasım 2022 tarihinde erişilmiştir.

ORCID

Hasan GÖKSU  <https://orcid.org/0000-0002-7654-0105>

Hacer Elif DAĞLIOĞLU  <https://orcid.org/0000-0002-7420-815X>

SUMMARY

Aim: Various studies have revealed that YouTube is a platform that young children engage with (Anderson, Auxier & Nolan, 2020; Marsh et al., 2019; Radesky et al., 2020; Rideout & Robb, 2020; Yadav et al., 2018). Along with its positive features, Youtube also contains various risks (Ergün Özdel, 2019; Papadamou et al., 2020). This study aims at examining the appropriateness of animated content on YouTube for children and their contribution to their development.

Method: The exploratory case study strategy is used in cases when the purpose of the research is basically to answer the “what” question (Yin, 2014). This study sought the question of what for videos consisting of animated characters on channels in Turkish on YouTube, and the elicited data were gathered to analyse the suitability of these videos for children aged 3-6 and their contribution to their development. In this research, videos on YouTube channels were determined by criterion sampling using the document review method. In line with the determined criteria, the videos to examining of the study consisted of seven children's channels among the 100 most watched channels in YouTube Turkey and the three mostly watched videos of these channels. 21 videos were evaluated through use of the YouTube Video Evaluation Rubric developed by Neumann and Herodotou (2020). The researchers watched each video at least four times.

Findings: The findings revealed that the videos mostly contained imitation elements regarding one of the evaluation criteria “Can the child imitate the presented content?”. As for the item “Does the content share similarities with the child?”, most of the videos were identified to have similarities with the child, and there was no video that did not bear similarity with the child. Upon analysing another evaluation criteria “Is the behaviour on the screen positive?”, 6 videos did not have suitable features, 8 videos partially and 7 videos completely appropriate features. Last but not least, the analysis result of the criterion that “Is appropriate behaviour on the screen being reinforced?” suggested that appropriate behaviour was reinforced in more than half of the videos. As regards the evaluation criterion “Does video support cognitive development?”, 5 videos did not have appropriate features, 5 videos partially and 11 videos had appropriate features. In addition, the findings related to the item “Does the video support physical development?” indicated that the videos almost did not contain the elements that support physical development. As to the item “Does the video support social and emotional development?”, the videos were determined to partially contain elements that support social and emotional development.

Results and Discussion: The results reported that the animated content on YouTube was partially suitable for the age of the child and that these contents partially supported cognitive and social-emotional development, but were completely insufficient in terms of supporting physical development. The probability of encountering inappropriate content in the cartoons that children watch most on TV (Yıldız, 2016) and on YouTube (Papadamou et al., 2019b) is substantial. That YouTube is the most used platform by children (Rideout & Robb, 2020) and that it is a part of children's lives from a very young age (Anderson, Auxier & Nolan, 2020; Marsh et al., 2019) indicates it contains content that will attract children's attention. Radesky et al. (2020b) examined YouTube videos watched by children and concluded that three-quarters (75%) of the videos had no or very low educational value. The results of the studies are congruent with those in the present

study. In this regard, it will be beneficial for the best interests of children to examine the design features, content quality, etc. of animated content on YouTube along with the animation content other than YouTube in terms of their appropriateness and their contribution to the development of the child.