

Türkiye’de Çocuk Çizgi Filmlerinin “Google Trends” Üzerinden Analizi: Çocukların İzleme Tercihleri ve Gelişimsel Yansımaları

→ Esra ERGİN*

Öz

Bu araştırma “çizgi film” anahtar kelimesi özelinde elde edilen Google Trends verilerini betimsel içerik analizi yöntemiyle irdelemeyi amaçlamaktadır. Google Trends verileri doğrultusunda “çizgi film” anahtar kelimesine yönelik son beş yıllık arama eğilimleri incelendiğinde, Kovid-19 pandemisiyle birlikte 2020 yılında dikkat çekici bir fark yaşandığı görülmüştür. Mevsimsel arama skorlarında ise kullanıcılar tarafından en yüksek sorgulamanın kış mevsiminde olduğu, en düşük sorgulamanın da yaz mevsiminde gerçekleştiği saptanmıştır. Anahtar terime ilişkin sorgulamaların illere göre sıralaması incelendiğinde Batı Karadeniz ve Doğu Karadeniz Bölgeleri’nde yer alan Çorum, Sinop ve Ordu illerinin ilk üçte yer aldığı görülmektedir. Anahtar terim “çizgi film” ile ilgili Türkiye’de yaşayan kullanıcılar aramalarında artış gösteren sorgular arasında “Nastya” ve “Vlad ve Niki” gibi ticarileşmiş, gerçek karakterli yapımlar yer alırken, “Hümeyra” ve “Z Takımı” gibi yerli yapımların öne çıktığı belirlenmiştir. Bu araştırma sonucunda hem literatür bağlamında hem de Türkiye odağında çizgi filmlerin popüler kültürün yaygınlaştırılmasında kilit işlev gören araçlar olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Çizgi Film, Çocuk, Ekolojik Sistemler Kuramı, Google Trends, Popüler İzleme Tercihleri

*Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü, Konya, Türkiye

E-mail: esra.ergin@selcuk.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3810-4142

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 15.07.2025 Revize Tarihi: 29.08.2025 Kabul Tarihi: 22.09.2025

DOI: 10.37679/trta.1743076

A “Google Trends” Analysis on Children’s Cartoons in Türkiye: Children’s Viewing Preferences and Developmental Reflections

→ Esra ERGİN

Abstract

This research aims to analyze the Google Trends data obtained for the keyword "cartoon" using descriptive content analysis method. According to Google Trends data, when the search trends for the keyword 'cartoon' over the last five years were examined, a striking difference was observed in 2020 with the COVID-19 pandemic. In terms of seasonal search scores, it was determined that the highest number of searches by users occurred in the winter season, while the lowest number of searches occurred in the summer season. When the ranking of searches related to the keyword term was examined by province, it was seen that the provinces of Çorum, Sinop and Ordu, located in the Western Black Sea and Eastern Black Sea regions, ranked in the top three. Key terms related to "cartoon" show that among searches by users living in Türkiye, commercial productions with real characters such as "Nastya" and "Vlad and Niki" are on the rise, while local productions such as 'Hümeýra' and "Z Takımı" are also prominent. This research has revealed that cartoons serve as key tools in the dissemination of popular culture, both within the context of literature and with a focus on Türkiye.

Keywords: Cartoon, Children, Ecological Systems Theory, Google Trends, Popular Viewing Preferences

1. Giriş

Çizgi filmler, çocukların günlük yaşamlarında karşılaştıkları en yaygın medya içeriklerinden biri olarak onların bilişsel, sosyal, duygusal ve dil gelişim süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu noktada, Bronfenbrenner'in ekolojik sistemler kuramı, çizgi filmlerin çocuk gelişimi üzerindeki çok boyutlu etkilerinin analiz edilmesinde güçlü bir çerçeve sunmaktadır. Bronfenbrenner'in Ekolojik Sistemler Kuramı (1979), çocuk gelişimini birbiriyle etkileşim hâlindeki çevresel sistemler bağlamında açıklamakta ve gelişim süreçlerinin yalnızca bireysel özellikler değil, aynı zamanda çevresel etkileşimler tarafından da şekillendiğini vurgulamaktadır (Tudge vd., 2009). Kuram, çocuğun doğrudan etkileşimde bulunduğu en küçük sistem olan mikrosistem (aile, okul, akran grupları); bu sistemler arasındaki bağlantıları dikkate alan mezosistem; çocuğu dolaylı olarak etkileyen ekzosistem; kültürel ve sosyal değerleri içeren makrosistem ve zaman içindeki değişimleri ele alan kronosistem boyutlarıyla genişleyen bir çerçeve sunmaktadır (Bronfenbrenner, 1979).

Günümüzde dijital medya içeriklerinin (çizgi filmler, reklamlar, oyunlar), çocukların bilişsel, sosyal ve duygusal gelişiminde mikrosistem ve mezosistem düzeyinde önemli etkileri bulunmaktadır. Örneğin, bir çocuk sevdiği bir çizgi film karakteriyle özdeşim kurduğunda, bu karakterlerin kullandığı oyuncak gibi ürünleri istemesi bu deneyimin aile içi tartışmalara, okul ve arkadaş grubu etkileşimlerine yansımaya yol açmaktadır (Livingstone ve Helsper, 2008; Rideout, 2021). Araştırmalar, ekran süresinin artmasıyla medya içerikleriyle kurulan özdeşim, tüketici kimliği gelişiminin güçlendirdiğini göstermektedir (Buckingham, 2011; Granic vd., 2020). Gelişim bağlamında çizgi filmlerin etkileri ele alındığında, çizgi filmlerin olumlu ve olumsuz etkilerine ilişkin araştırma bulgularına ulaşılmaktadır. Yapılan çalışmalarda çizgi filmlerin olumsuz etkileri; şiddet içerikli öğelerin çocuklarda fiziksel saldırganlığa yol açabileceği (Habib ve Soliman, 2015; Luther ve Legg, 2010), aynı zamanda da ekran süresine bağlı olarak çocuklarda genel sağlık davranışlarının bozulmasına sebebiyet vererek obezite riskini artırabileceği (Rosiek vd., 2015) araştırma bulguları arasında yer almaktadır. Aynı zamanda çocukların çizgi film karakterleriyle özdeşim kurmasının çocuk gelişimi üzerindeki olumsuz etkisine ilişkin Yaşar ve Paksoy (2011) çalışmalarında çocukların şiddet içeriklerinin, eğitsel içeriklere göre daha fazla dikkat çekme-

leri nedeniyle oyunlarında saldırgan karakterlere daha fazla yer verdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Çizgi filmlerin çocuk gelişimi üzerindeki başka bir etkisi de, ekran süresinin artmasına bağlı olarak çocuklarda beyin gelişimini olumsuz etkileyerek erken çocukluk döneminde dikkat ve konsantrasyon (Lillard ve Peterson, 2011), yürütücü işlevler, dikkat süresi ve bilişsel kontrol (Kostyrka-Allchorne vd., 2017) becerilerinde düşüşe neden olmaktadır. Çizgi filmlerin olumsuz etkilerinin yanında çocuk gelişimi üzerindeki olumlu etkileri ve çizgi filmlerin eğitici-bilgilendirici (Kalan, 2010) olma özelliği de bulunmaktadır. Ayrıca erken çocukluk döneminde yaratıcılık becerilerinin gelişimi (Bozdemir ve Önal, 2024) ve bireysel farklılıkların kazanılmasına yönelik olarak engelli bireylerle sosyal özdeşim sağlamada etkili bir araç olması çizgi filmlerin olumlu özellikleri arasında yer almaktadır (Şahin, 2025). Bu bulgular göstermektedir ki çizgi filmlerin hem mikrosistem düzeyinde hem de mezosistem düzeyinde çocuklar üzerinde etkisi bulunmaktadır.

Ayrıca, medya etkileri yalnızca mikrosistemle sınırlı kalmayıp ekzosistem ve makrosistem düzeyinde de çocukların deneyimlerini biçimlendirmektedir. Örneğin, ekonomik ve kültürel hedeflerle tasarlanan reklamlar, çocukların değer algısını ve sosyal normlarla etkileşimini etkileyebilmektedir (Blackwell vd., 2014; Strasburger vd., 2010). Kronosistem boyutunda ise medya tüketimi ve içerik tercihlerindeki değişimler, zaman içinde çocukların gelişim süreçlerini farklılaştırmakta ve aile ile okulun rolünü yeniden şekillendirmektedir (Rideout, 2021). Bronfenbrenner’ın ekolojik sistemler kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, medyanın çocuk gelişimi üzerindeki rolünün çok boyutlu ve dinamik bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Medyanın çocuk gelişimi üzerindeki etkilerine ilişkin, özellikle erken çocukluk döneminde, medya bilişsel, sosyal ve duygusal gelişim üzerinde doğrudan etkili olan dışsal bir uyaran olarak görülmektedir (Christakis, 2009; Kirkorian vd., 2008). Kirkorian ve diğerleri (2008), medya içeriklerinin çocukların bilişsel ve dil gelişimine katkı sağlama potansiyeline dikkat çekmekle birlikte, bu etkinin medyanın türü, içeriği ve kullanım biçimine bağlı olduğunu belirtmektedirler. Bununla birlikte araştırmada, denetimsiz ve aşırı medya kullanımının çocukların dil gelişiminde gerilemeye, sosyal-duygusal gelişimde ise sorunlara yol açabileceğine işaret edilmektedir. Bu bağlamda, çocukların etkileşimde bulunduğu medya içeriklerinin gelişimsel özelliklere uygunluğu ve ebeveyn gözetimi, medya aracılığıyla gerçekleşen öğren-

me süreçlerinin etkinliği açısından önem taşımaktadır (Przybylski vd., 2019; Vandewater vd., 2007). Ayrıca çocuklar, dijital medyanın etkisiyle çevrelerini algılama, anlamlandırma ve taklit etme becerileri açısından medya araçlarından büyük ölçüde etkilenmektedirler (Çeken ve Şen, 2023). Bu noktada bu araştırmanın odak noktası olan çizgi filmler, çocuklar tarafından sıklıkla tercih edilen medya ürünü olarak öğrenme ve sosyalleşme süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır.

Dijitalleşmenin hız kazanması ve çocukların ekranla temas yaşının giderek düşmesi, çizgi filmlerin çocuk gelişimi üzerindeki etkilerinin araştırılmasını daha kritik hâle getirmiştir (Rideout, 2021). Televizyon ve dijital platformlar aracılığıyla sunulan çizgi film içerikleri, erken çocukluk döneminde çocuklar için hem eğlenceli hem de öğretici nitelikte deneyim alanları oluşturmaktadır (Atan, 2024; Sarman ve Sarman, 2022). Çizgi filmlerin çocuk gelişimi üzerindeki etkilerine odaklanıldığında, çizgi filmler çocukların gözlem yoluyla öğrenme mekanizmalarını harekete geçirerek, taklit davranışı aracılığıyla yeni beceriler edinmelerine zemin hazırlamaktadır (Bandura, 1986). Bu sebeple dikkat çekici bir unsur olarak şiddet içerikli davranışların sergilendiği ve sınırlı karakterlere çizgi filmlerde yer verilmektedir (Kalem, 2019). Çocuklara taklit davranışları aracılığıyla çizgi filmlerde kazandırılan başka bir davranış da toplumsal cinsiyet rollerinin öğretilmesidir (Ercen vd., 2022). Aynı zamanda, çizgi filmler çocukların ahlaki değer yargılarının oluşumunda ve doğru-yanlış ayrımının gelişiminde (Hoffner ve Buchanan, 2005), toplumsal kuralların kazanılmasında da (Türkoğlu ve Türkoğlu, 2022) önemli bir etkiye sahiptir. Bu durum çizgi filmlerin toplumun inşasındaki rolüne dikkat çekmektedir. Bu nedenle çizgi filmler kültürel ve toplumsal normların içselleştirilmesinde aktif rol oynayan bir mecra olarak nitelendirilmektedir (Atik ve Ebre, 2015).

Çizgi filmler kuramsal açıdan değerlendirildiğinde, son yıllarda çocukların dünyayı algılamalarında etkili olan en yaygın medya araçlarından biridir. Literatürde, küçük çocukların gerçeklik ile gerçek dışılık arasındaki ontolojik ayrımı anlamakta güçlük çektikleri sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu görüşün temelleri, Piaget'in (1930) çocukların bilişsel gelişimine ilişkin çalışmalarına dayanmaktadır. Piaget (1930), çocukların gerçek ve fanteziyi ayırt etme yetisinin yaklaşık 12 yaşında geliştiğini öne sürmüştür. Bu görüşle ilişkili olarak Morison ve Gardner'ın (1978) yaptığı çalışma ile Flavell ve diğerlerinin (1986)

çalışmaları, çocuklarda görünüş-gerçeklik ayrımı (*appearance-reality distinction*) ve gerçeklik-fantezi ayırt etme (*reality-fantasy distinction*) becerilerinin gelişimine ilişkin önemli bulgular sunmaktadır. Morison ve Gardner (1978), çocukların nesnelere görünüşü ile gerçek doğasını ayırt etme becerilerinin yaşa bağlı olarak geliştiğini 3-5 yaş grubundaki çocukların nesnelere gerçek doğasını anlamakta güçlük çektiklerini, 6 yaş ve üzerindeki çocukların ise bu ayrımı gerçekleştirmede zorlanmadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Flavell ve diğerleri (1986) ise bu bulguları genişleterek, çocukların yalnızca görünüş-gerçeklik ayrımında değil, aynı zamanda gerçek ve hayal ürünlerini ayırt etmede de yaşa bağlı gelişimsel bir ilerleme gösterdiğini ortaya koymuştur. Özellikle 7-8 yaş grubundaki çocukların, gerçeklik ve fantezi arasındaki ayrımı yaparken hâlâ zorluklar yaşadığı ulaşılan bulgular arasında yer almaktadır. Benzer şekilde Sharon ve Woolley (2004) ise hikâye ve oyun temelli gözlemlerle küçük çocukların fantezi ve gerçek olayları karıştırma eğilimlerini ortaya koymuştur. Bu çalışmalar, çocukların erken çocukluk döneminde bilişsel gelişimlerinde fantezi ile gerçek arasındaki ayrımın sınırlı olduğunu ve gelişimin ilerleyen yaşlarda belirginleştiğini göstermektedir. Bu nedenle çocuklar yaklaşık üç yaşından itibaren zihinsel imgeleri temsil ettikleri nesnelere ayırt etmeye başlasalar da hayal ettikleri unsurların gerçekliğe dönüşebileceklerine inanma eğilimleri devam etmektedir (Harris vd., 1991). Bu bilişsel sınırlılık, çocukların özellikle hayal gücüne dayalı kurgusal içeriklere karşı daha duyarlı olmalarına ve izledikleri karakterleri gerçek varlıklar gibi algılamalarına neden olmaktadır (Boerger vd., 2009; Sharon ve Woolley, 2004). Sonuç olarak, çocukların hayali ve fantastik unsurları gerçek olarak kabul etme eğilimleri, çizgi film gibi medya içeriklerinde yer alan fantezi öğelerinin çocuklarda değer sistemlerinin oluşumu, davranış örüntülerinin şekillenmesi ve çocukların toplumsal normları benimseme süreçlerinde gelişimsel açıdan belirleyici bir rol oynamasına neden olmaktadır (Boerger vd., 2009; Harris vd., 1991; Woolley ve Ghossainy, 2013).

1.1. Çalışmanın Amacı, Kapsamı ve Özgün Yönü

Bu araştırmada temel amaç “çizgi film” anahtar kelimesi özelinde elde edilen Google Trends verilerini betimsel içerik analizi yöntemiyle incelenmesidir. Bu bağlamda çalışmanın alt problemlerinde; zaman, alt bölge ve ilgili konular/sorgulamaları aracılığıyla “çizgi film” anahtar kelimesine ilişkin dönemsel-mevsimsel popülerlik, bölgesel farklılıklar ve kullanıcıların dijital et-

kileşim örüntülerinin incelenmesi hedeflenmektedir. Bu kapsamda araştırma mevsimsel değişimlerin (yaz tatili gibi), coğrafi analizlerin ve bölgesel erişim farklarına ilişkin önemli bulgular sunmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2024) verilerine göre, 6-15 yaş arası çocukların internet kullanım oranı 2021 yılında %82,7 iken, 2024 yılında %91,3'e yükselmiştir. 2021 yılında internet, öncelikle çevrim içi derslere katılım amacıyla kullanılırken (TÜİK, 2021), 2024'te film, dizi, TV ve video izleme oranlarında belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Çevrim içi derslere erişim için internet kullanımındaki bu artış, Türkiye'de Kovid-19 pandemisinin etkisiyle ortaya çıkan uzaktan eğitim uygulamalarının bir sonucu olarak değerlendirilmektedir. Dünya genelinde öğrenci nüfusunun yaklaşık %92'si pandemi nedeniyle eğitim süreçlerinden etkilenmiş (UNESCO, 2020), bundan dolayı Türkiye'de uzaktan eğitim uygulamaları yalnızca üniversite seviyesinde değil, ilköğretim ve ortaöğretim düzeyinde de yaygınlaşmıştır (Dede vd., 2021). Bu durum, çocukların internet kullanım alışkanlıklarında önemli bir değişimi beraberinde getirmiştir. Ancak zamanla çocukların genel internet kullanım oranları yükselmiş ve özellikle internet tabanlı içerikleri izleme sıklıkları belirgin şekilde artmıştır. Aynı yıl elde edilen veriler, ekran başında geçirilen sürenin çocukların günlük yaşam aktivitelerini de olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir. Bu bulgular çocukların %35,9'unun daha az kitap okuduğunu, %33,5'inin daha az ders çalıştığını, %27,7'sinin ailesiyle daha az vakit geçirdiğini, %25,4'ünün arkadaşlarıyla yüz yüze görüşme ve oyun oynama sıklığının azaldığını, %17,2'sinin ise daha az uyuduğunu göstermektedir (TÜİK, 2024). Bu sonuçlar TÜİK verileri göz önüne alındığında çizgi filmler, yalnızca eğlence için değil, aynı zamanda çocuklar için dijital medya kültürünün şekillenmesinde belirleyici bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

Bu çalışma, çocukların dijital medya ile kurdukları ilişkinin anlaşılmasına önemli bir katkı sunmaktadır. Çizgi filmler, çocukların medya tüketim alışkanlıkları içinde önemli bir yer tutmakta ve bu içerikler, onların bilişsel, sosyal ve duygusal gelişimlerini doğrudan ya da dolaylı etkileyebilmektedir. Araştırmalar incelendiğinde çizgi filmlerin çocukların değerleri (Şentürk ve Keskin, 2019) ve olumlu davranışları kazanmalarında (İnan, 2016) ayrıca motor gelişimlerinin (Arslan ve Duman, 2018) ve dil gelişimlerinin (Coşkun ve Köroğlu, 2016) desteklenmesinde etkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Cengiz ve diğerleri (2020) tarafından yapılan başka bir çalışmada ise TRT Çocuk

kanalında yayınlanan *Kuzucuk*, *Kare* ve *Ege ile Gaga* adlı çizgi filmlerin bölümleri incelenmiş ve bilişsel, sosyal ve duygusal ile dil gelişimi alanlarında kazanımların yer aldığı belirlenmiştir. Görülmektedir ki çizgi filmlerin çocukların gelişimleri üzerindeki etkisi oldukça fazladır.

Bu bilgiler ışığında çalışmanın özgün yönü, Türkiye özelinde çizgi film izleme alışkanlıklarının Google Trends verisi gibi büyük veri kaynaklarıyla analiz etmesidir. Ayrıca çalışma, Türkiye’de popüler olan çizgi filmlerin çocuklar üzerindeki potansiyel etkilerini çok boyutlu biçimde inceleyerek, eğitimciler, ebeveynler ve içerik üreticileri için yol gösterici bilgiler sunmaktadır. Araştırmadan elde edilen bulguların; çocuk ve yetişkin medya okuryazarlığı programlarının geliştirilmesi, yerli ve eğitici çocuk içeriklerinin yaygınlaştırılması ve ülke dijital medya politikalarının çocuk hakları bağlamında yeniden yapılandırılması açısından stratejik bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Sonuç olarak, bu araştırma, Türkiye özelinde çizgi film tüketimi ve çocuk gelişimi arasındaki ilişkiye dair özgün ve veri temelli bir bakış açısı sunarak literatüre katkı sağlamaktadır.

2. Yöntem

Google Trends, internet tabanlı dijital araçları kullanan bireylerin, coğrafi konumlar ve belirli zaman aralıkları dâhilinde arama terimlerini sorgulama sıklıklarını analiz eden çevrim içi bir platformdur. Bu yönüyle ham ve komplike bilgi yığınlarının tasnif edilerek anlamlı ve işlenebilir bilgi üretim süreçlerine katkı sunan önemli bir metodolojik araçtır. Ayrıca farklı disiplinlerde yer alan araştırmacıların veri havuzu niteliğindedir. Google Trends, kullanıcıların ortak bilgi sorgulama anlayışlarını verilere dayalı olarak çözümleme imkânı vermektedir. Arama verileri kullanıcıların günlük ilgi, sosyal kaygı ve toplumsal tepkiler hakkında dolaylı göstergeleri olarak veriye dayalı güçlü içgörü sunmaktadır. Verileri görselleştirmeye izin veren platform sayesinde zaman serisi ve karşılaştırmalı eğilim analizlerini incelemek mümkün olmaktadır. Platformun normalize edilmiş veri yapısı zaman içi ve coğrafi farklılıkların karşılaştırmalarını yaparken ek metodolojik düzenlemeleri zorunlu kılmaktadır. Bu anlamda akademik çalışmalar açısından Google Trends verileri; algoritmik bir temsil sistem işleyişi, dijital bilgi ekosisteminin modellenmesi ve haritalandırılması, algoritmik bir kamusal yapısal nitelikleri ve yeni medyanın toplumsal dinamiği gibi başlıklarda perspektif geliştirmeye katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın çıkış noktası, dijital

platformlarda gözlemlenen kolektif davranış örüntülerinin sosyal teori temelinde eleştirel değerlendirilmeye ihtiyaç duyduğu düşüncesidir. Çalışmanın temel varsayımı ise Google Trends gibi platformlardan elde edilen verilerin yalnızca sayısal bir gösterge olmadığı, modern toplumların dinamiklerini anlamada nitelikli bir kaynak ve metodolojik bir araç olduğudur. Dolayısıyla araştırma; 31 Mayıs 2020-31 Mayıs 2025 tarihleri arasında “çizgi film” arama trendlerinden elde edilen verilerin, istatistiksel bir gösterge olmasının ötesinde toplumun ilgi dinamiklerini ve hegemonik kültürel değişimini yansıtabileceğine varsayımına dayanmaktadır. Çalışmada sosyal teori ve eğitim bilimleri perspektifinden bahsi geçen meta verilerin betimsel içerik analizi yapılmış olup sonuçlar eleştirel olarak değerlendirilmiştir.

2.1. Süreç

İlk olarak araştırmacılar çalışma kapsamında arama terimi olarak kullanılacak olan “çizgi film” anahtar sözcüğünün belirlenmesinde rol oynayan seçim kriterlerini oluşturmuşlardır. Seçim kriterleri şu şekilde açıklanabilir;

- Erken çocukluk döneminde yer alan çocukların görsel ve dijital platformlarda sıklıkla karşılaştıkları medya içeriği olarak çizgi filmler karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda çizgi filmler okul öncesi dönem çocukları için yaygın bir medya içeriğidir.
- Çizgi film erken çocukluk dönemi çocuklarının gelişim alanlarına doğrudan etkisi olduğu düşünülen bir araçtır.
- Toplumların kültürel kodlarının aktarılmasında önem arz eden çizgi filmler değişen ve popülerleşen kültür içeriklerinin çocuklara aktarılmasında sıklıkla kullanılan bir iletişim aracıdır.
- Ebeveynlere ve eğitimcilere erken çocukluk dönemi çocuklarının içeriklerle olan etkileşimlerini incelemek için doğal bir gözlem fırsatı sunmakla birlikte yetişkinlerin medya okuryazarlığı becerilerinin gelişmesini sağlamaktadır.
- Araştırma kapsamında belirlenen anahtar kelime arama hacminin yüksek olmasıyla çalışmanın veri toplama aracı Google Trends verileriyle analiz edilebilmektedir.

Tüm bu faktörler bağlamında bir değerlendirme yapıldığında erken çocukluk dönemi çocuklarının gelişimlerinin toplumsal bir belirleyicisi olan çiz-

gi film anahtar sözcüğü arama terimi olarak seçilmiştir. Özetle “çizgi film” anahtar sözcüğünün seçiminde çizgi filmlerin çocuk gelişimindeki rolü, kültürel kodları taşıdığı için kültürel yayılım gücü, nesilden nesile ortak bir dil olması ve Türk ailelerinde artan dijital içerik tüketimi eğilimi etkili olmaktadır. Özel tarih aralığı olarak son beş yılın seçilmesinde ise dünya genelinde yaşanan pandemi sonrası bireylerin dijital davranış örüntülerinin değişiminin normalleşmesini gözlemleyebilecek bir aralık olması, pandemi sürecinde EBA kullanımı ile 2023 Eğitim Vizyonu gibi eğitim politikalarındaki güncel değişikliklerle örtüşen bir zaman aralığı olması ve veri tutarlılığı için optimal sürenin beş yıl olması etkili olmuştur.

Araştırma sürecinde veri toplama aracı olarak kullanılan Google Trends’te “çizgi film” anahtar sözcüğünün yazılması ve 31 Mayıs 2020-31 Mayıs 2025 tarih filtresinin uygulanmasıyla tarama gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında tarama gerçekleştirilirken kullanılan sınırlılıklar şu şekilde ifade edilebilir;

- Arama terimi olarak “çizgi film” anahtar sözcüğü belirlenmiştir,
- Konum ülke olarak “Türkiye” seçilmiştir,
- Zaman aralığına ilişkin sorgulama “özel tarih aralığı (31.05.2020-31.05.2025)” olarak belirlenmiştir,
- Kategori olarak “tüm kategoriler” seçilmiştir,
- Sorgulama alanı olarak “Google Web Arama” filtresi kullanılmıştır.

Bu çalışmanın metodolojik kapsamı ve sınırlılıkları şu şekilde açıklanabilir:

- *Veri kaynaklarının homojen yapısı*; araştırmada değerlendirilen verilerin yalnızca Google Trends’te elde edilen veri setleri olması bireylerin medya tüketim alışkanlıkları hakkında derinlemesine bir inceleme yapmaya imkan vermese de dijital arama eğilimlerini analiz etme ve bu konuda fikir yürütmede nitelikli bir kaynaktır.
- *Dilsel-coğrafi kısıtlamalar*; arama terimi olarak belirlenen sözcüğün veri tabanında Türkçe taratılması Türkçe konuşan internet kullanıcılarıyla ve konumun Türkiye olarak seçilmesi Türkiye’de yaşayan internet kullanıcılarıyla elde edilen bulguların genellenebilirliğini sınırlandırmaktadır.

- *Zamansal parametreler çerçevesinde*; Mayıs 2020-Mayıs 2025 yılları arasındaki beş yıllık dönemi kapsayacak şekilde yapılandırılmıştır.

2.2. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizi ve görselleştirme süreçlerinde Google Trends'ten elde edilen görseller ve Microsoft Excel programı kullanılmıştır. Araştırma kapsamında Google Trends verileri üç ana başlıkta analiz edilmiştir;

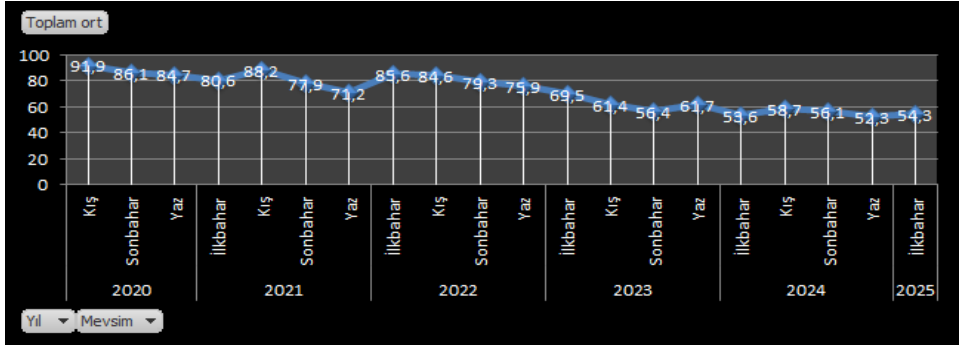
- *Zaman serisi analizi*; haftalık dalgalanmaları dengelemek amacıyla aylık ortalamalar üretilmiş olup aylık verilerin mevsimler bazında segmentasyonu ile irdelenmiştir.
- *Coğrafi filtreleme*; küresel ölçekteki veri havuzundan Türkiye'ye ait alt veri kümeleri çıkarılmıştır.
- *Popülerlik endeksi*; Google Trends'in sağlamış olduğu ilişki düzeyi parametreleri yardımıyla arama teriminin nispi performans katsayıları değerlendirilmiştir.

2.3. Etik Konular

Araştırma kapsamında değerlendirilen veriler yalnızca açık erişimli ikincil kaynaklardan temin edildiği için etik kurul onayına ve kurum iznine gerek duyulmamıştır.

3. Bulgular

Bu kısımda, çalışmanın amacı kapsamında toplanan verilerin değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkan bulgular paylaşılacaktır. Veriler; sosyal yaşam ve iklime bağlı olarak dijital içerik tüketiminin ilişkisi, içerik üreticilerine ve pazarlamacılara veri temelli stratejik üretim yapabilme perspektifi, eğitimcilere çizgi filmlerin içeriklerini planlarken yol göstermesi ve çizgi film içeriklerine olan talebin izlenmesi açısından anlamlıdır. Aynı zamanda farklı zaman aralıklarında yapılan sorgulamaların 0-100 arası normalize edilmiş veri setiyle objektif karşılaştırılmasını mümkün kılarak, bu çalışmada anahtar terimin beş yıllık dalgalanma paternini sistematik bir perspektifte sunmaktadır.



Şekil 1. “Çizgi Film” Sorgulamalarının Yıllara ve Mevsimlere Göre Değişimi

Google arama motorunda “çizgi film” anahtar kelimesini sorgulayan kullanıcıların yıllara ve mevsimlere göre değişen arama sayısı ortalamaları Şekil 1’de yer almaktadır. Şekil 1 incelendiğinde, 2020 yılı kış mevsiminde arama sayısı ortalaması 91,9 iken 2025 yılı ilkbahar mevsiminde arama sayısı ortalamasının 54,3’e düştüğü gözlenmektedir. Arama sayısı ortalamalarında yıl bazlı bir değerlendirme yapıldığında ise genel bir düşüş eğiliminin olduğunu dikkat çekmektedir. Yine Şekil 1’e göre mevsimsel dalgalanmalar analiz edildiğinde ise en yüksek arama sayısı ortalamalarının kış mevsiminde olduğu (2020 Kış: 91,9; 2021 Kış: 88,2; 2022 Kış: 84,6; 2023 Kış: 61,4; 2024 Kış: 58,7) belirlenmiştir. En düşük arama sayısı ortalamalarının ise yaz mevsiminde olduğu (2020 Yaz: 84,7; 2021 Yaz: 71,2; 2022 Yaz: 75,9; 2023 Yaz: 61,7; 2024 Yaz: 52,3) saptanmıştır. Mevsimler bazında yıllara göre arama sayısı ortalamalarının yüzdelik değişim hacimleri şu şekildedir;

2020 Kış: 91,9; 2021 Kış: 88,2; 2022 Kış: 84,6; 2023 Kış: 61,4; 2024 Kış: 58,7 verileri doğrultusunda; 2021 yılı kış mevsiminde 2020 yılı kış mevsimine göre %4,03 düşüş, 2022 yılı kış mevsiminde 2021 yılı kış mevsimine kıyasla %4,08 düşüş, 2023 yılı kış mevsiminde 2021 yılı kış mevsimine göre %27,42 düşüş ve 2024 yılı kış mevsiminde 2023 yılı kış mevsimine kıyasla %4,40 düşüş olduğu belirlenmiştir. Tüm dönemlerdeki toplam değişimin ise %36,13 azalma olduğu saptanmıştır.

2021 Sonbahar: 86,1; 2021 Sonbahar: 77,9; 2022 Sonbahar: 79,3; 2023 Sonbahar: 56,4; 2024 Sonbahar: 56,1 verileri doğrultusunda; 2021 yılı sonbahar mevsiminde 2020 yılı sonbahar mevsimine göre %9,52 düşüş, 2022 yılı sonbahar mevsiminde 2021 yılı sonbahar mevsimine kıyasla %1,80 artış, 2023 yılı son-

bahar mevsiminde 2022 yılı sonbahar mevsimine göre %28,88 düşüş ve 2024 yılı sonbahar mevsiminde 2023 yılı sonbahar mevsimine kıyasla %0,53 düşüş olduğu belirlenmiştir. Tüm dönemlerdeki toplam değişimin ise %34,84 azalma olduğu saptanmıştır.

2020 Yaz: 84,7; 2021 Yaz: 71,2; 2022 Yaz: 75,9; 2023 Yaz: 61,7; 2024 Yaz: 52,3 verileri doğrultusunda; 2021 yılı yaz mevsiminde 2020 yılı yaz mevsimine göre %15,94 düşüş, 2022 yılı yaz mevsiminde 2021 yılı yaz mevsimine kıyasla %6,60 artış, 2023 yılı yaz mevsiminde 2022 yılı yaz mevsimine göre %18,71 düşüş ve 2024 yılı yaz mevsiminde 2023 yılı yaz mevsimine kıyasla %15,23 düşüş olduğu belirlenmiştir. Tüm dönemlerdeki toplam değişimin ise %38,25 azalma olduğu saptanmıştır.

2021 İlkbahar: 80,6; 2022 İlkbahar: 85,6; 2023 İlkbahar: 69,5; 2024 İlkbahar: 53,6; 2025 İlkbahar: 54,3 verileri doğrultusunda; 2022 yılı ilkbahar mevsiminde 2021 yılı ilkbahar mevsimine göre %6,20 artış, 2023 yılı ilkbahar mevsiminde 2022 yılı ilkbahar mevsimine kıyasla %18,81 düşüş, 2024 yılı ilkbahar mevsiminde 2023 yılı ilkbahar mevsimine göre %22,88 düşüş ve 2025 yılı ilkbahar mevsiminde 2024 yılı ilkbahar mevsimine kıyasla %1,31 artış olduğu belirlenmiştir. Tüm dönemlerdeki toplam değişimin ise %32,63 azalma olduğu saptanmıştır. Sorgulamaların beş yıla ait yıllık ve mevsimsel analizleri incelendiğinde,

- Dijital içerikleri tüketmeye yönelik davranış eğilimlerinin, sosyal hayatın ritmi (resmi tatiller/izinler, yaz tatili, pandemi süreci vb.) ile ilişkili olduğu,
- İklim koşulları ile sosyal hayatın ritminin doğrudan ilişkili olduğu,
- Eğitsel içeriklerin planlanmasında sosyal yaşamdaki düzenli değişimlerin önemli bir gösterge olduğu,
- Son olarak mevsimsel yaşam döngüleriyle senkronize sosyo-dijital davranış kalıplarının sergilendiğine ilişkin kanıtlar sunduğu anlaşılmaktadır.

Ayrıca Şekil 1 incelendiğinde kullanıcılar tarafından “çizgi film” anahtar terimi sorgulama hacmindeki artış; hava koşullarının zorlaşması ile ailelerin ev içi etkinliklere daha fazla odaklandıklarını göstermektedir. Bilhassa pandemi dönemi kısıtlamalarının en yoğun şekilde uygulandığı 2020-2021 yıllarında

anahtar terime ilişkin rekor arama hacimleri, olağanüstü durumlarda ailelerin, dijital içeriklerle etkileşimlerinin nasıl değiştiği, tüketim alışkanlıklarını radikal biçimde nasıl dönüştürdüğünü ve dijital platformların zorunlu kısıtlama dönemlerinde nesiller arası kültür aktarımının yeni köprüsü hâline geldiğini vurgulamaktadır. Ayrıca anahtar terime ilişkin Şekil 1’de sunulan mevsimsel trend analizi; içerik üreticileri, dijital platformlar, animasyon stüdyoları ve eğlence endüstrisi aktörleri başta olmak üzere sürecin tüm unsurlarının operasyonel süreçlerini optimize etmede stratejik bir bilgi sistemi ve veri bazlı bir çerçeve sunmaktadır. Aile dinamiklerindeki mevsimsel yaşam ritimlerini yansıtan bu bulgular dijital platformların tüm iş modellerini şekillendirebilecek, reklam kampanyalarını optimize edebilecek ve kültürel kodların bağlamlarına uygun şekilde stratejiler geliştirmelerine kaynaklık edebilecektir.

Çorum	100	Osmaniye	83	Amasya	79	Mersin	71
Sinop	96	Afyonkarahisar	83	Kahramanmaraş	79	Gaziantep	71
Ordu	93	Karabük	83	Hatay	78	Elazığ	71
Karaman	88	Uşak	82	Erzincan	78	Adana	71
Ağrı	87	Tekirdağ	82	Bartın	77	Antalya	71
Samsun	87	Aksaray	82	Denizli	77	Çankırı	71
Trabzon	87	Giresun	82	Malatya	77	Mardin	70
Zonguldak	86	Burdur	81	Kocaeli	76	Nevşehir	70
Adıyaman	86	Bilecik	81	Kayseri	76	Bingöl	69
Kastamonu	86	Bolu	81	Muş	75	Yalova	69
Bayburt	86	Ardahan	81	Eskişehir	75	Iğdır	68
Kütahya	85	Van	81	Aydın	75	İzmir	68
Düzce	85	Kars	81	Çanakkale	74	Edirne	67
Tokat	85	Şanlıurfa	81	Manisa	74	Ankara	65
Kırıkkale	84	Kırşehir	80	Tunceli	74	Kilis	64
Gümüşhane	84	Sivas	80	Diyarbakır	74	Şırnak	64
Rize	84	Niğde	80	Artvin	73	Bitlis	62

Sakarya	84	Erzurum	80	Balıkesir	72	Siirt	61
Yozgat	83	Konya	79	Batman	72	İstanbul	60
Isparta	83	Bursa	79	Kırklareli	72	Muğla	59
						Hakkâri	52

Tablo 1. “Çizgi Film” Aramalarının İllere Göre Değişimi

Google arama motorunda “çizgi film” anahtar kelimesini sorgulayan kullanıcıların illere göre sıralamaları Tablo 1’de yer almaktadır. NUTS bölgeleri düzey 1’de yapılan analizler sonucunda, Batı Karadeniz (TR8) ve Doğu Karadeniz (TR9) bölgelerinde yer alan Çorum (%100), Sinop (%96) ve Ordu (%93) illerinin “çizgi film” ile ilgili sorgulamalarda ilk üçte yer aldığı belirlenmiştir. Buna karşılık, diğer illere kıyasla düşük arama skoruna sahip olan İstanbul (TR1-%60) ile Ege (TR3) bölgesinde yer alan İzmir (%68) ve Muğla (%59) illerinin de benzer eğilim gösterdiği saptanmıştır.

NUTS bölgeleri düzey 2’de yapılan analizler incelendiğinde ise sanayi ve tarımsal üretim potansiyelindeki gelişmişlikle Tekirdağ’ın (TR21-%82) ve daha çok sınır ticaretine dayalı ekonomiye sahip Edirne’nin (TR21-%67) sahip olduğu yapısal farklılıklar, coğrafi yakınlık olsa da kültür ve nüfus kompozisyonlarının farklılaşmasına neden olmaktadır. Benzer bir durum Adıyaman (TRC1-%86) ve Kilis (TRC1-%64) içinde geçerlidir. Yine kültürel doku, dijital dönüşüm politikası, genç nüfus yoğunluğu ve sınır kenti olma gibi karakteristik nitelikler dinamikleri farklılaştırmakta ve homojen olmayan tüketim eğilimlerin oluşmasına neden olmaktadır.

NUTS bölgeleri düzey 3’te yapılan analizler sonucunda, Ankara için arama skoru (TR511-%65) iken; İstanbul’un Avrupa (TR101) ve Asya (TR102) yakalarına ilişkin ayrı veriler Google Trends tarafından üretilmemiştir. İstanbul (TR1) için elde edilen %60’lık arama skorunun her iki yaka içinde benzer olabileceğini öngörmemizi sağlamaktadır.

Elde edilen bulgular, bölgesel kalkınma politikaları, eğitim politikaları ve bölgesel dijital dönüşüm politikalar için önemli veriler sağlamaktadır. Orta Anadolu (TRB) ve Kuzeydoğu Anadolu’daki (TRA) yüksek dijital içerik tüketim eğilimi, dijital eğitim altyapısının güçlendirilerek eğitim odaklı projelerin hayata geçirilmesi ve yaygınlaştırılması için önemli fırsatlar olduğunun altını çizmektedir. Marmara bölgesinin (TR4-Doğu Marmara & TR5-Batı Marmara)

farklılaşmaları ise yerel dinamikler bağlamında içerik tasarımının yapılması gerektiğine vurgu yapmaktadır.

İlgili Sorgular	Artış Gösteren
Nasty Çizgi Film	Büyük Çıkış
Hümeyra Çizgi Film	Büyük Çıkış
Z Takımı Çizgi Film	Büyük Çıkış
Niki Çizgi Film	+%4.100
Bluey Çizgi Film	+%3.550

Tablo 2. “Çizgi Film”e İlişkin Sorgulamaların Artış Gösterene Göre İlk Beş Sıralaması

Google Trends verileri doğrultusunda Türkiye’de yaşayan ve Türkçe konuşan kullanıcıların çizgi film tüketim alışkanlıklarının kültürel olarak çeşitlilik gösterdiği ve pazarın hem küresel hem de yerel dinamiklerini yansıttığı gözlenmektedir. Bu yelpaze eğitimciler ve içerik üreticilerine yönelik önemli çıkarımlar sunmaktadır. *Hümeyra* ve *Z takımı* gibi yerli yapımların elde ettiği popülarite Türk kültürüne uygun eğitici içeriklerin gelişimine katkıda bulunmaktadır. *Nasty*, *Niki* ve *Bluey* gibi uluslararası içeriklerin Türkçe versiyonlarının ilgi görmesi ise evrensel temalara ilgi gösteren Türk kullanıcıların var olduğunun altını çizmektedir.

4. Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmada “çizgi film” anahtar kelimesine ilişkin bulgular Bronfenbrenner ekolojik sistemler kuramına göre tartışılmıştır. Google Trends verileri, son yıllarda “çizgi film” arama eğilimlerinin seyrini ortaya koymakta ve özellikle 2020 yılında dikkat çekici dalgalanmalar göstermektedir. Bu durumu mikrosistem düzeyinde ele alacak olursak Kovid-19 salgını nedeniyle evde daha fazla zaman geçiren çocukların, aileleriyle birlikte eğlence amaçlı yayın platformlarına yönelmesi sonucu çizgi filmler günlük yaşamın bir parçası hâline gelmiştir (Linearity, 2024). Mezosistem açısından bakıldığında ise pandemi döneminde çizgi filmler yalnızca eğlence değil, aynı zamanda çocukların öğrenme süreçlerini destekleyen materyaller olarak işlev görmesi sayesinde aile ve eğitim ortamı arasında köprü kurarak çocukların gelişiminde çoklu bağlamların etkileşimini yansıtmıştır (Bieri vd., 2012; WHO, 2020).

Onuora ve diğerlerine (2020) göre, animasyon çizgi filmler, kamu yararı taşıyan bilgi iletme çabası gösteren hareketli içeriklerdir. Ekzosistem boyutuna göre de medya endüstrisi ve kamu kurumlarının Kovid-19 sürecinde kamu yararı gözetilen animasyon içerikleri üretmesi, çocukların salgına ilişkin farkındalık geliştirmelerinde dolaylı bir fayda sağlamıştır (Gray vd., 2020). Sosyal bilişsel teori çerçevesinde değerlendirildiğinde de 2020 yılında üretilen çizgi filmler, çocukların Kovid-19'a ilişkin farkındalıklarını artırmalarına ve olumsuz etkilerden korunmalarına katkı sağladığı düşünülmektedir. Bu yaklaşımı destekleyen James ve diğerlerinin (2012) çalışması, 3-6 yaş arası çocuklarda çizgi filmlerin dikkat dağıtma yoluyla ağrı algısını azaltmada etkili olduğuna ilişkin önemli kanıtlar sunmaktadır. Son olarak, kronosistem bağlamında pandemi dönemi, çocukların medya kullanım alışkanlıklarında kritik bir dönüm noktası oluşturmuştur. Dolayısıyla, ekolojik sistemler kuramı bağlamında, Google Trends verileriyle gözlemlenen dalgalanmalar, çocukların dijital medya kullanımına yönelik davranışlarının sosyal, kültürel ve eğitimsel faktörlerle şekillendiğine dair önemli ipuçları sunmaktadır.

Google Trends verilerine dayanarak, kış mevsiminde gözlenen artışın, Türkiye'deki iklim koşulları, okul tatil dönemleri ve sektörel dinamiklerle ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Bu bulgu, öncelikle mikrosistem düzeyinde çocuğun günlük yaşam rutinleriyle ilişkilidir. Çünkü kışın hava koşullarının çocukların evde daha fazla vakit geçirmesine neden olması, aile içinde çizgi film izleme alışkanlıklarını artırmaktadır. Kidenda (2018) çalışmasında, çocukların hafta sonlarında çizgi film izleme oranlarının hafta içine kıyasla önemli ölçüde arttığını; hafta içi günde ortalama 2-5 çizgi film izlenirken, hafta sonları bu sayının 8-9'a yükseldiğini belirtmiştir. Ayrıca bu çalışmada, nisan, ağustos, kasım ve aralık aylarında, yani okul tatili dönemlerinde, çocukların çizgi film izleme oranlarında belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Bu durum mezosistem düzeyinde, eğitim-öğretim dönemleri ile aile ortamındaki medya kullanımı arasındaki etkileşimle açıklanabilmektedir (Kidenda, 2018).

Başka bir çalışmada, Huston ve diğerleri (1999) küçük çocukların animasyon programlarını en çok kış aylarında, en az ise yaz aylarında izlediklerini ve bu mevsimsel farkın özellikle küçük yaş grubunda belirgin olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, çizgi film izleme davranışlarının yalnızca bireysel tercihlere değil, aynı zamanda mevsimsel ve yapısal faktörlere (ör-

neğin eğitim-öğretim dönemleri) bağlı olarak değişkenlik gösterdiğini ifade etmektedir ve Türkiye özelinde elde edilen Google Trends verileriyle de paralellik göstermektedir. Ayrıca medya sektörünün mevsimsel olarak özellikle kış döneminde çizgi film üretimini artırması ve bu durumun çocukların medya tüketim alışkanlıklarıyla şekillenmesi ekzosistem boyutuyla açıklanabilmektedir.

Bronfenbrenner’in ekolojik sistemler kuramı bağlamında Google Trends alt bölge analizine ilişkin bulguların farklı sistemlerle ilişkili olduğu görülmektedir. Ekzosistem düzeyinde, dijital altyapı, internet erişimi ve medya hizmetlerinin bölgesel farklılıklar göstermesi, çocukların çizgi film erişimini ve kullanım sıklığını dolaylı olarak belirleyen faktörlerdir. Nitekim çizgi filmlerin yalnızca popüler içerikler olarak değil, aynı zamanda dezavantajlı bölgelerde veya uyarıcının eksik olduğu, erişimin kısıtlı olduğu durumlarda çocuklar için etkili bir öğrenme ve eğlence materyali olarak tercih edildiğini ortaya koymaktadır (Türkan ve Çoruk, 2024). Bu durum çizgi filmlerin sosyoekonomik eşitsizlikleri dengelemeyi sağlayan bir materyal olması nedeniyle makrosistem boyutuyla da ilişkili görülmektedir. Konu ile ilgili başka bir araştırmada da Türkiye İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması kapsamında Kuzeydoğu Anadolu bölgesini (Erzurum, Erzincan, Bayburt) kapsayan 0–8 yaş grubu çocukların gün içerisinde YouTube ve farklı internet tabanlı medya araçları üzerinden sık sık çizgi film izledikleri, ebeveynlerin ise bu süreci yönetmekte veya arabuluculuk etmekte zorlandıkları belirtilmiştir (Özsoy ve Atılgan, 2018). Mezosistem açısından ele alındığında da ebeveynlerin çocukların medya kullanımına aracılık etme konusunda yaşamış oldukları zorluklar, aile ve medya arasındaki ilişkinin güçlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre kullanıcıların “çizgi film” anahtar kelimesi ile ilişkili artış gösteren sorgulamaları sırasıyla Nastya çizgi film, Hümeysra çizgi film, Z Takımı çizgi film, “Vlad ve Niki” çizgi film ve Bluey çizgi film’dir. Bu bulguyu ekolojik sistemler kuramına göre değerlendirdiğimizde çocuk ve medya içeriklerinin yansımaları bağlamında dikkat çekici sonuçlara ulaşılmıştır. Bu aramalar içerisinde *Nastya* ve *Vlad ve Niki* gerçek karakterli çocuk programlarıdır. Bu programlar gerçek çocuklarla çekilmiş çizgi film gibi kurgulanan YouTube içerikleridir. Programlarda çocukların günlük yaşamları, oyunları, eğlenceli hikâyeleri ve aileleriyle etkileşimlerine

yer verilmektedir. Çocuklara gerçek karakterlerle sunulan bu içerikler mikrosistem boyutunda çocukların aile ve akran deneyimlerini modellemesine neden olmaktadır. Bu gibi programların çizgi film içerikleriyle örtüşmemesi daha çok ebeveyn kontrolünü gerektirmektedir. Çünkü pedagojik açıdan denetimsiz yapımlar, çocukların estetik algısını (Küçük, 2021) ve eleştirel düşünme becerilerinin (Boyraz, 2022) gelişimini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Ayrıca, bu gibi programlar çocukların uzun süre ekran karşısında kalmasına neden olarak, çocuklarda dikkat dağınıklığına ve görsel bağımlılığın gelişmesine yol açabilmektedir (Dicle, 2020; Özgür vd., 2024).

Araştırmada öne çıkan programlar çocukları eğlendirirken aynı zamanda ticari içerikler de üretmektedirler. Birçok çizgi film videosu, oyuncak tanıtımı veya ürün yerleştirme amacı taşıdığından, çocukların erken yaşta tüketim kültürüne maruz kalmalarına ve ihtiyaç duymadıkları oyuncakları talep etmelerine neden olmaktadır (Karaboğa, 2018; Koç ve Karaman, 2024). Bu durum, medya ve kültürel değerlerin çocuklar üzerindeki dolaylı etkileri bağlamında, Bronfenbrenner'in makrosistem düzeyi ile ilişkili görülmektedir. Ayrıca mezosistem düzeyinde de ailelerin çocukların medya kullanımını denetleme ve yönlendirme süreçleri kritik önem taşımaktadır. Ebeveyn denetimi olmadan yapılan aramalar sonucunda çocuklar, güvenli olmayan içeriklere kolayca erişebilirler ve dijital ortamda risk altında kalabilmektedirler (İnan, 2016; Sünbül Olgundeniz ve Aydoğan, 2023). Bu nedenle, çocukların izlediği çizgi film içeriklerinin ebeveyn kontrolünde, kaliteli ve yaşa uygun platformlardan seçilmesi, ekran süresinin sınırlandırılması ve birlikte izleme alışkanlığının kazandırılması çocukların gelişimleri için büyük önem taşımaktadır.

İkinci sırada yer alan *Hümevra* çizgi film serisinde, Diyanet Çocuk tarafından YouTube platformunda yayınlanan köy yaşamı, doğa ve çocuk oyunları temaları öne çıkmaktadır. Bu çizgi filmde ayrıca paylaşma, yardımlaşma, dua, şükür, arkadaşlık ve öfke kontrolü gibi sosyal ve manevi değerler işlenerek, çocuklara toplumsal normların kazandırılması hedeflenmektedir. Benzer şekilde, TRT Çocuk kanalında yayınlanan *Rafadan Tayfa* çizgi filminde de yardımseverlik, dayanışma, bilimsellik, adalet, dürüstlük, misafirperverlik, hoşgörü ve estetik değerler ön plana çıkarılmıştır (Sadioğlu vd., 2018). Bu bulgular, çizgi filmlerin kültür aktarımı ve değerlerin kazandırılması açısından önemli bir araç olduğunu göstermektedir; zira yazılı veya klasik eğitim

yöntemleriyle kazandırılması güç olan kültürel ve toplumsal değerler, yerli çizgi filmler aracılığıyla çocuklara etkili biçimde aktarılabilir (Yağlı, 2013). Ayrıca, popüler kültürün bir ögesi olan çizgi filmlerin çocuklar üzerindeki etkisi dikkate alındığında, çocukların sadece bireysel öğrenme süreçlerini desteklemekle kalmayıp, aynı zamanda toplumsal duyarlılık, etik farkındalık ve değer temelli davranış gelişimlerini şekillendiren önemli bir araç olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda, makrosistem açısından, çizgi filmlerde işlenen kültürel ve toplumsal normlar, etik değerler ve ahlaki ilkeler, çocukların toplumun değer sistemleriyle uyumlu birer birey olarak gelişmelerine katkı sağlamaktadır.

Yapılan aramalarda üçüncü sırada yer alan TRT Çocuk’ta yayınlanan *Z Takımı* ise doğa ve teknoloji temalı bir çizgi filmidir. Çizgi filmin temalarında ise çevre ve sürdürülebilirlik, ekip çalışması ve dayanışma, modern teknoloji kullanımına ilişkin öğeler yer almaktadır. Benzer temalarda yapılan bir başka çizgi film olan TRT Çocuk yapımı *Su Elçileri* çizgi filmi ile çevre problemlerine ilişkin farkındalığın kazandırılmasına etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ada ve Ertaş Kartal, 2019). Araştırmalarda çocukların çizgi film karakteriyle özdeşim kurduğu bu nedenle çocukların sevilen ve olumlu davranışlar sergileyen karakterleri örnek aldıkları belirlenmiştir (Coşkun ve Önem, 2024). Bu noktadan hareketle çizgi filmler, çocukların farklı davranış modellerini doğrudan gözlemleyebilmeleri nedeniyle mikrosistem düzeyinde katkı sunarken, makrosistem düzeyinde de onların dünya ve ülke gündeminin odağındaki konulara bakış açısı geliştirmelerini desteklemektedir.

Son olarak Avustralya’ya özgü mizah ve gündelik yaşamın yansıtıldığı, *Bluey* dizisi aile bağları, hayal gücü, iletişim ve sosyal etkileşim gibi temaları işlemektedir. Çizgi filmin hedef kitlesi okul öncesi çocuklar olmasına karşılık en çok izleyen yaş aralığı 25-35 yaş aralığıdır. Bu duruma çizgi filmdeki mizah ve etkili hikaye anlatımının neden olduğu belirtilmektedir. Çizgi filmde işlenen konularda ayrıca Avustralya kültürü ve toplumsal kabullere ilişkin imgelerin bulunması çizgi filmin kültür aktarım aracı olarak değerli görülmesini sağlamıştır (Arigita-García vd., 2024). Bu nedenle *Bluey* çocuklara kültürel norm ve değerleri aktarma aracı olarak makrosistem boyutuna katkı sağlamaktadır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Kaynakça

- Ada, E., ve Erdaş Kartal, E. (2019). Çevre problemleri ve sürdürülebilirlik açısından su elçileri çizgi filminin değerlendirilmesi. *Kesit Akademi Dergisi* (20), 317-327.
- Arigita-García, A., Mañoso-Pacheco, L., Estrada-Chichón, J. L., ve Sánchez-Cabrero, R. (2024). Mapping Australian culture and society in the animated series Bluey—The use of audiovisual material in early EFL learning. *Societies*, 14(12), 252. <https://doi.org/10.3390/soc14120252>
- Arslan, A., ve Duman, E. Z. (2018). Okul öncesi eğitim programında yer alan motor gelişim kazanımlarının çizgi filmlerdeki sunumu. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 4(6), 320-344. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/525996>
- Atan, U. (2024). Sanat, çizgi film-animasyon ve çocuk. *ERKİN (Ondokuz Mayıs Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Uluslararası Sanat ve Tasarım Araştırmaları Dergisi)*, 2(1), 23-38.
- Atik, A., ve E布伦, Ö. (2015). Çizgi filmlerde sempatik şiddet olgusu: TRT çocuk televizyonu örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, (8), 99-114. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/397521><https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/397521>
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. *Englewood Cliffs, NJ*, 1986(23-28), 2.
- Bieri, F. A., Gray, D. J., Raso, G., Li, Y. S., ve McManus, D. P. (2012). A systematic review of preventive health educational videos targeting infectious diseases in schoolchildren. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 87(6), 972. <https://doi.org/10.4269/ajtmh.2012.12-0375>
- Blackwell, C. K., Lauricella, A. R., ve Wartella, E. (2014). Factors influencing digital technology use in early childhood education. *Computers & Education*, 77, 82-90. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.04.013>
- Boyras, C. (2022). Çocuklar için felsefe eğitiminde uyaran olarak çizgi filmlerin kullanımı: Vikingler ve Heidi. *Erciyes Journal of Education*, 6(2), 127-144. <https://doi.org/10.32433/eje.1152712>
- Bozdemir, E., ve Önal, H. (2024). Scamper tekniği ile değerlendirilen çizgi filmlerin 60-72 ay çocukların yaratıcılıklarına etkisinin incelenmesi. *Uluslararası Temel Eğitim Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 25-37. <https://doi.org/10.59062/ij-pes.1470150>
- Bronfenbrenner, U. (1979). The ecology of human development. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Buckingham, D. (2011). *The material child: Growing up in consumer culture*. Polity.
- Çeken, B., ve Şen, E. (2023). Animasyonun eğitimde kullanımı ve değerleri aktarmadaki rolü. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 12(35), 333-360. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3142059>
- Cengiz, Ö., Küsmüş, G. İ., ve Ramazan, O. (2020). TRT çocuk kanalında yayınlanan çizgi filmlerin gelişim alanlarına göre değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(2), 271-287. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.633447>
- Christakis, D. A. (2009). The effects of infant media usage: What do we know and what should we learn?. *Acta paediatrica*, 98(1), 8-16. <https://doi.org/10.1111/j.1651-2227.2008.01027.x>
- Coşkun, E., ve Köroğlu, M. (2016). Pepee ve Caillou çizgi filmlerinde kavram öğretimi. *Milli Eğitim*, (210), 601-619. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/441299>
- Coşkun, Y., ve Önem, A. (2024). Okul öncesi dönem çocuklarının çizgi film karakterleriyle özdeşim kurma eğilimleri. *Temel Eğitim* (21), 42-56. <https://doi.org/10.52105/temelegitim.21.4>
- Dicle, A. N. (2020). Televizyon-online izleme bağımlılığı. *Bilişsel Davranışçı Psikoterapi ve Araştırmalar Dergisi*, 19(1), 66-89. <https://doi.org/10.5455/JCBPR.60041>
- Ercen, R. Ç., Ünver, A., Gök, G., Yıldırım, M., Düz, M., Akaltun, S., ... ve 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/download/article-file/2268120>
- Flavell, J. H., Green, F. L., ve Flavell, E. R. (1986). Development of knowledge about the appearance-reality distinction. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 51(1, Serial No. 212). <https://doi.org/10.1037/0003-066X.41.4.418>
- Granic, I., Morita, H., ve Scholten, H. (2020). Beyond screen time: Identity development in the digital age. *Psychological Inquiry*, 31(3), 195-223. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2020.1820214>
- Gray, D. J., Kurscheid, J., Mationg, M. L., Williams, G. M., Gordon, C., Kelly, M., ... ve McManus, D. P. (2020). Health-education to prevent COVID-19 in schoolchildren: A call to action. *Infectious Diseases of Poverty*, 9(04), 142-144. <https://doi.org/10.1186/s40249-020-00695-2>
- Habib, K., ve Soliman, T. (2015). Cartoons’ effect in changing children mental response and behavior. *Open Journal of Social Sciences*, 3(09), 248. <https://doi.org/10.4236/jss.2015.39033>

- Harris, P. L., Brown, E., Marriott, C., Whittall, S., ve Harmer, S. (1991). Monsters, ghosts and witches: Testing the limits of the fantasy—reality distinction in young children. *British Journal of Developmental Psychology*, 9(1), 105-123. <https://doi.org/10.1111/j.2044-835X.1991.tb00865.x>
- Hoffner, C., ve Buchanan, M. (2005). Young adults' wishful identification with television characters: The role of perceived similarity and character attributes. *Media Psychology*, 7(4), 325–351. https://doi.org/10.1207/S1532785X-MEP0704_2
- Huston, A. C., Wright, J. C., Marquis, J., ve Green, S. B. (1999). How young children spend their time: Television and other activities. *Developmental Psychology*, 35(4), 912.
- İnan, T. (2016). Çizgi filmlerin okulöncesi çocuklarının problem davranışlarına etkisi. *Journal of International Social Research*, 9(43). <https://research.ebsco.com/c/x4perv/viewer/pdf/5xvk3xrh4b>
- James, J., Ghai, S., Rao, K. L. N., ve Sharma, N. (2012). Effectiveness of “Animated Cartoons” as a distraction strategy on behavioural response to pain perception among children undergoing venipuncture. *Nursing & Midwifery Research Journal*, 8(3), 198-209. <https://doi.org/10.1177/0974150X20120303>
- Kalan, Ö. G. (2010). Medya okuryazarlığı ve okul öncesi çocuk: Ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinci üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | Istanbul University Faculty Of Communication Journal*, 1(39), 59-73. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/212138>
- Kalem, B. (2019). *Okul öncesi dönem çocuklarının en çok izledikleri çizgi filmlerde toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının incelenmesi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Gazi Üniversitesi.
- Karaboğa, M. T. (2018). Medya çağında çocuk ve çocuk kültürü: şiddet ve tüketim kültürünün yansımaları. *Uluslararası Çocuk Edebiyatı ve Eğitim Araştırmaları Dergisi (ÇEDAR)*, 2(2), 1-17.
- Kidenda, M. C. A. (2018). Patterns of watching televised animated cartoons by children aged seven to eleven years in Nairobi County, Kenya. *African Journal of Education and Practice*, 3(2), 42-54.
- Kirkorian, H. L., Wartella, E. A., ve Anderson, D. R. (2008). Media and young children's learning. *The Future of Children*, 18(1), 39–61. <http://www.jstor.org/stable/20053119>
- Koç, Ç. T., ve Karaman, N. (2024). Tüketim kültürü perspektifinden YouTube Kids'in incelenmesi. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(1), 176-194. <https://doi.org/10.53281/kritik.1460602>

- Kostyrka-Allchorne, K., Cooper, N. R., ve Simpson, A. (2017). The relationship between television exposure and children’s cognition and behaviour: A systematic review. *Developmental Review*, 44, 19-58. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2016.12.002>
- Küçük, Ö. (2021). Güzellik tüketimi estetiği olarak Winx çizgi film serisi ve zihin altı mesajları. *Antropoloji*, (41), 124-135. <https://doi.org/10.33613/antropolojidergisi.875388>
- Lillard, A. S., ve Peterson, J. (2011). The immediate impact of different types of television on young children’s executive function. *Pediatrics*, 128(4), 644-649. <https://doi.org/10.1542/peds.2010-1919>
- Linearity. (2024). *Animasyon istatistikleri ve sektör trendleri*. Erişim adresi: <https://www.linearity.io/blog/animation-statistics/> (Erişim Tarihi: 10.07.2025).
- Livingstone, S., ve Helsper, E. J. (2008). Parental mediation of children’s internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4), 581-599. <https://doi.org/10.1080/08838150802437396>
- Luther, C. A., ve Legg Jr, J. R. (2010). Gender differences in depictions of social and physical aggression in children’s television cartoons in the US. *Journal of Children and Media*, 4(2), 191-205. [tps://doi.org/10.1080/17482791003629651](https://doi.org/10.1080/17482791003629651)
- Morison, P. ve Gardner, H. (1978). Dragons and dinosaurs: The child’s capacity to differentiate fantasy from reality. *Child Development*, 49, 642-648. <https://doi.org/10.2307/1128231>
- Onuora, C., Torti Obasi, N., Ezeah, G. H., ve Gever, V. C. (2021). Effect of dramatized health messages: Modelling predictors of the impact of COVID-19 YouTube animated cartoons on health behaviour of social media users in Nigeria. *International Sociology*, 36(1), 124-140. <https://doi.org/10.1177/0268580920961333>
- Özgür, U. E., Kulemen, E., Boyuneğmez, İ., Abdurahman, M., Ulusoy, D., ve Şahin, E. (2024). Çocuklarda ekran kullanımına bağlı gelişen davranış bozuklukları ve işitsel dikkat bozukluğu. *Aydın Sağlık Dergisi*, 10(2), 169-188. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3962752>
- Özsoy, D., ve Atılğan, S. S. (2018). Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi’ndeki 0-8 yaş grubu çocukların internet kullanımı ve bu kapsamda ebeveyn arabuluculuğu: Nitel bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 11(2), 96-125. <https://doi.org/10.18094/josc.415323>
- Piaget, J. (1930). *The child’s conception of physical causality*. Routledge & Kegan Paul.
- Przybylski, A. K., ve Weinstein, N. (2019). Digital screen time limits and young children’s psychological well-being: Evidence from a population-based study. *Child Development*, 90(1), e56-e65. <https://doi.org/10.1111/cdev.13007>

- Rideout, V. (2021). The commonsense census: Media use by kids age zero to eight in America, a commonsense media research study, [United States], 2013, 2017 Interuniversity Consortium for Political and Social Research [distributor]. <https://doi.org/10.3886/ICPSR37491.v2>
- Rosiek, A., Fraçkowiak Maciejewska, N., Leksowski, K., Rosiek-Kryszewska, A., ve Leksowski, Ł. (2015). Effect of television on obesity and excess of weight and consequences of health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 12(8), 9408-9426. <https://doi.org/10.3390/ijerph120809408>
- Sadioğlu, Ö., Turan, M., Deveci Dikmen, N., Yılmaz, M. ve Özkan Muhtar, Y. (2018). Cartoons in values education: Example of 'Rafadan Tayfa'. *Inonu University Journal of the Faculty of Education*, 19(3), 240-251. <https://doi.org/10.17679/inuefd.333173>
- Şahin, İ. (2025). Engelsiz çizgi filmlerde engelli çocuk temsili: Kardeşim Ozi örneğinde aile ve çocuk yaklaşımının sunumu. *TRT Akademi*, 10(24), 766-799. <https://doi.org/10.37679/trta.1663842>
- Sarman, A., ve Sarman, E. (2022). Çizgi film ve fantastik animasyonlardaki karakterlerinin bağımlılık kapsamında analizi ve çocuklar üzerindeki etkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(2), 216-220. <https://doi.org/10.51982/bagimli.989329>
- Şentürk, Ş., ve Keskin, A. (2019). Rafadan Tayfa çizgi filminin milli ve evrensel değerler açısından değerlendirilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, 143-157. <https://doi.org/10.17494/ogusbd.548307>
- Sharon, T., ve Woolley, J. D. (2004). Do monsters dream? Young children's understanding of the fantasy/reality distinction. *British Journal of Developmental Psychology*, 22, 293-310. <https://doi.org/10.1348/026151004323044627>
- Strasburger, V. C., Jordan, A. B., ve Donnerstein, E. (2010). Health effects of media on children and adolescents. *Pediatrics*, 125(4), 756-767. <https://doi.org/10.1542/peds.2009-2563>
- Sünbül Olgundeniz, S., ve Aydoğan, Ü. (2023). Dijital yayın platformlarında ebeveyn denetimi ve çocuk erişimine yönelik bir araştırma: Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ Örnekleri. *TRT Akademi*, 08(19), 786-813. <https://doi.org/10.37679/trta.1328932>
- Tudge, J. R., Mokrova, I., Hatfield, B. E., ve Karnik, R. B. (2009). Uses and misuses of Bronfenbrenner's bioecological theory of human development. *Journal of Family Theory & Review*, 1(4), 198-210. <https://doi.org/10.1111/j.1756-2589.2009.00026.x>
- Türkan, S. C., ve Çoruk, A. (2024). Okul öncesi dönem çocuğunun kişilik gelişiminde çizgi filmlerin etkisi üzerine öğretmen görüşleri. *Journal of Preschool and Elementary Education*, 5(2), 109-131. <https://doi.org/10.29329/jpee.2024.1168.3>

- Türkiye İstatistik Kurumu. (2021). *Çocuklarda bilişim teknolojileri kullanım araştırması, 2021*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132> (Erişim Tarihi: 01.07.2025).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2024). *Çocuklarda bilişim teknolojileri kullanım araştırması, 2024*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2024-53638> (Erişim Tarihi: 01.07.2025).
- Türkoğlu, H. S., ve Türkoğlu, S. (2022). Çizgi filmlerde toplumsal cinsiyet rolleri, kalıp yargılar ve karakterlerin kurgu dağılımı üzerine bir analiz: TRT Çocuk kanalı örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49), 48-65. <https://doi.org/10.52642/susbed.1111484>
- Vandewater, E. A., Rideout, V. J., Wartella, E. A., Huang, X., Lee, J. H., ve Shim, M. (2007). Digital childhood: Electronic media and technology use among infants, toddlers, and preschoolers. *Pediatrics*, 119(5), e1006-e1015. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-1804>
- Woolley, J. D., ve E. Ghossainy, M. (2013). Revisiting the fantasy–reality distinction: Children as naïve skeptics. *Child development*, 84(5), 1496-1510. <https://doi.org/10.1111/cdev.12081>
- World Health Organization [WHO]. (2020). *Education for health: A manual on health education in primary health care*. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/77769> (Erişim Tarihi: 01.07.2025).
- Yağlı, A. (2013). Çocuğun eğitiminde ve sosyal gelişiminde çizgi filmlerin rolü: Cailou ve Pepee örneği. *Electronic Turkish Studies*, 8(10), 707-719. <https://research.ebsco.com/c/x4perv/viewer/pdf/5uanab5pk5>
- Yaşar, M., ve Paksoy, İ. (2011). Çizgi filmlerdeki saldırgan içerikli görüntülerin çocukların serbest oyunları sırasındaki saldırganlık düzeylerine etkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 279-298. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/50692>