



DİCLE İLAHİYAT DERGİSİ

Dicle Theology Journal



Kuruluşu: 2000 e-ISSN: 2667-6273 Yayıncı: Dicle Üniversitesi

Cilt | Volume 27 • Sayı | Issue 1 • Haziran | June 2024

4-6 Yaş Kuran Kursu Öğreticilerine Göre Diyanet Çocuk Youtube Kanalı *

Diyanet Çocuk Youtube Channel According To Quran Course Instructors For 4-6-Year-Olds

Ramazan ERTEN

Corresponding Author | Sorumlu Yazar

Arş. Gör., Fırat Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi,
Felsefe ve Din Bilimleri, Din Eğitimi Anabilim Dalı
Elazığ, Türkiye

Researcher. Assist. Fırat University, Faculty of
Theology,
Philosophy and Religious Sciences, Department of
Religious Education
Elazığ, Türkiye

rerten@firat.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-4723-1581>

Tuncay KARATEKE

Doç. Dr., Fırat Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi,
Felsefe ve Din Bilimleri, Din Eğitimi ABD
Elazığ, Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Fırat University, Faculty of
Theology,
Philosophy and Religious Sciences, Department of
Religious Education
Elazığ, Türkiye

tkarateke@firat.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-0061-1405>

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü | Article Type

Araştırma Makalesi | Research Article

Geliş Tarihi | Received: 02.04.2024 • Kabul Tarihi | Accepted: 19.06.2024 • Yayın Tarihi | Published: 28.06.2024

Atıf | Cite As

Erten, Ramazan – Karateke, Tuncay. "4-6 Yaş Kuran Kursu Öğreticilerine Göre Diyanet Çocuk Youtube Kanalı". *Dicle İlahiyat Dergisi* 27/1 (Haziran 2024), 28-45. <https://doi.org/10.58852/dicd.1463559>

Yazar Katkıları: %50-%50

Author Contributions: %50-%50

Telif Hakkı & Lisans: Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) altında lisanslanmıştır.

Copyright & License: Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

* Bu çalışma, 2023 yılında Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne sunulan "4-6 Yaş Kuran Kursu Öğreticilerine Göre Diyanet Çocuk Youtube Kanalının Değerler Eğitimi Açısından İncelenmesi" başlıklı Yüksek Lisans Tezinden türetilmiştir.

This study is derived from the Master's Thesis titled "Investigation of Diyanet Children's YouTube Channel in terms of Values Education According to 4-6 Year Old Quran Course Instructors" submitted to Fırat University Institute of Social Sciences in 2023.

4-6 Yaş Kuran Kursu Öğreticilerine Göre Diyanet Çocuk Youtube Kanalı

Öz

YouTube Web 2.0 altyapısı kullanan platformların başında gelmektedir. Kullanıcılarına sunduğu imkanlar bakımından oldukça zengin olan platform, pek çok farklı amaçla kullanılmaktadır. Bu amaçların başında ise YouTube'un eğitimde bir materyal olarak kullanılması bulunmaktadır. Bu amaçla YouTube'u kullanan pek çok kurum ve kuruluş vardır. YouTube'u eğitim amacıyla kullanan kurumlardan bir tanesi de Diyanet İşleri Başkanlığıdır. Bu çalışmanın amacı 4-6 Yaş Kuran Kursu Öğreticilerinin görüşleri doğrultusunda Diyanet Çocuk Youtube kanalının değerlendirilmesidir. Bu çalışma nitel yaklaşımın durum deseninde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örnekleme olarak Şanlıurfa ilinde görev yapan 20 Kuran kursu öğreticisi seçilmiştir. Araştırma verilerinin toplanmasında yarı yapılandırılmış görüşme formu ve doküman incelemesi tekniği, analizinde ise içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Araştırmada ulaşılan sonuçlara göre katılımcılar Diyanet Çocuk YouTube kanalında bulunan içerikleri çocuklara uygun görmüş ve hem içerikler hemde kanal ile ilgili genel olarak olumlu ifadeler kullanmışlardır. Bunun yanında katılımcılar kanalda bulunan içeriklerin çocukları meraklandırmaması gibi ifadeler ile de kanalın olumsuzlukları ve eksikliklerini ifade ettikleri tespit edilmiştir. Araştırmada ulaşılan sonuçlar doğrultusunda bu içeriklerin işitme engelli bireylere uygun olarak yeniden revize edilmesi gerektiği gibi çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Din Eğitimi, Medya, YouTube, Diyanet İşleri Başkanlığı, Çizgi Film.

Diyanet Çocuk Youtube Channel According To Quran Course Instructors For 4-6-Year-Olds

Abstract

YouTube is one of the leading platforms that utilize the Web 2.0 infrastructure. With its rich offerings to users, the platform is used for various purposes. One of the main purposes is the use of YouTube as an educational tool. Many institutions and organizations use YouTube for this purpose, and one of them is the Presidency of Religious Affairs (Diyanet İşleri Başkanlığı). This study aims to assess the Diyanet Çocuk YouTube channel based on the opinions of Quran course instructors for 4-6-year-olds. We conducted the study employing the qualitative approach in the pattern of case study. Purposive sampling method was used in the research. A sample of 20 Quran course instructors working in Şanlıurfa province was selected. Semi-structured interview form and document analysis technique were used in data collection, and content analysis technique was used in analysis. According to the results obtained in the research, participants found the content on the Diyanet Çocuk YouTube channel suitable for children and used positive expressions both about the content and the channel in general. In addition, it has been determined that participants expressed the channel's shortcomings and deficiencies with statements such as the content on the channel not intriguing children. Based on the results of the research, various recommendations were made, including the need to revise this content to be suitable for hearing-impaired individuals.

Keywords: Religious Education, Media, YouTube, Presidency of Religious Affairs, Animation.

Giriş

Medya, bilgi ve iletişimin yayılmasında önde gelen araçlardan birisidir. Her türlü bilginin birey veya topluma aktarılması ile gerçekleşen eğitime, bilgilendirme vb. temel sorumluluklara sahip olan görsel işitsel araçların tamamı medya olarak ifade edilmektedir¹. Değişen dünya ve gelişen teknolojiler medyayı hızlı bir şekilde değişime zorlamıştır. Bu zorlamaların başında ise geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş bulunmaktadır. Geleneksel medya, gazete, televizyon, radyo gibi basılı ve görsel-işitsel araçlardan oluşmaktadır. Web 1.0 teknolojileri medyanın insan yaşamına girdiği ilk günden bugüne kullanılan ve medyanın belirli organlar tarafından ve izleyici müdahalesi bulunmadan tek taraflı olarak izleyici ile buluşturulmasını ifade etmektedir. Web.1.0 teknolojik altyapısına sahip medya mecralarının tamamı geleneksel medyayı içerisinde barındırmaktadır. Yeni medya ise internet ve dijital teknolojilere dayalı araçları barındırmaktadır². Yeni medyanın kullandığı Web.2.0 teknolojisi ise artık izleyicilerinde medyaya katılabilmesine olanak sağlayan altyapı olmuştur. Bu yeni medya türünün en aktif kullanılma biçimi ise televizyon, radyo, gazete vb. geleneksel iletişim araçlarından çok; internet, CD-DVD, Blu-Ray, mobil cihazlar, sosyal medya vs. olmaktadır³.

Sosyal medya, kullanıcılarına bağlayıcı bir düzlemde, ilgi ve bilgi paylaşım imkanı tanıyarak karşılıklı etkileşim sunan ve çeşitli amaçları yerine getirebilmek amacıyla Web.2.0 altyapısını kullanan platformların tamamını ifade etmektedir⁴. Birçok çeşidi ile Sosyal medya; bireylere günün her anında sanal-sosyal bir ortam kurabilmekte ve dilediği alanda hem içerik üretebilme hemde istediği içeriğe ulaşabilme imkânı vermektedir⁵. Sosyal medyanın diğer medya çeşitlerinden farkı; bireyin sosyal medyaya katılmasına, yorum yapmasına, içerik oluşturabilmesine olanak sağlamasıdır⁶. Sosyal medyanın bu yönü, onun dünya geleninde aktif bir şekilde kullanımına yol açmıştır.

Sosyal medya kullanım durumu dünya çapında araştırılan konulardan bir tanesidir. Yapılan araştırmalar 2023 yılında dünyada 4,76 milyar insanın sosyal medya kullandığını ortaya koymaktadır⁷. Türkiye’de ise 62,05 milyon kişi sosyal medya kullanmaktadır⁸. Buda 85 milyonluk ülke nüfusunun %73,1’inin sosyal medya kullandığı anlamına gelmektedir. Kullanılan sosyal medya platformları arasında YouTube, Instagram, Facebook ve X ön plana çıkmaktadır. Bu platformlar arasında YouTube diğerlerine oranla en fazla kullanılan platform olmaktadır⁹. YouTube dünyada 2,51 milyar, Türkiye’de ise 57,90 milyon kişi tarafından kullanılmaktadır¹⁰. Dünya genelinde bireyin bir aylık YouTube izleme süresi 23,01 saat olurken Türkiye’de bu durum 18,30 saat olmaktadır¹¹. Bireylerin bu kadar süreyi YouTube’da geçirmelerinin, YouTube’un karakteristik bazı özellikleri ve bireylere sunduğu imkanlarla yakından ilişkili olduğu söylenebilir.

¹ Ersoy Soydan- Nuray Alpaslan, “Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi”, *İstanbul Journal Of Social Sciences* 7 (Haziran 2014), 57.

² Adnan Kalkan, *Teknoloji Bağımlılığı ve Bilinçli Medya Kullanımı* (İstanbul: Ensar Neşriyat, 2021), 27.

³ Haluk Geray, *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları* (Ankara: Ütopya Yayınevi, 2003), 17-18.

⁴ Danah M. Boyd - Nicole B. Ellison, “Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship”, *Journal Of Computer-Mediated Communication* 13/1 (Ekim 2007), 211; İdil Sayımer, *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler* (İstanbul: Beta Yayınevi, 2008), 123.

⁵ Efthymios Constantinides - Stefan J Fountain, “Web 2.0: Conceptual Foundations And Marketing Issues”, *Journal Of Direct, Data And Digital Marketing Practice* 9/3 (Ocak 2008), 42.

⁶ David Meerman Scott, *The New Rules Of Marketing And Pr: How To Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, And Viral Marketing To Reach Buyers Directly* (New Jersey: John Wiley & Sons, 2009), 38.

⁷ We Are Social, *Digital 2023 Global Overview Report* (USA: We Are Social, 2023), 97. <https://wearesocial.com/us/>

⁸ We Are Social, *Digital 2023 Global Overview Report*, 58.

⁹ Ebru Yayman, *Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Oyun Bağımlılığı ve Aile İşlevleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 7.

¹⁰ We Are Social, *Digital 2023 Global Overview Report*, 141.

¹¹ We Are Social, *Digital 2023 Global Overview Report*, 57.

YouTube, video paylaşım siteleri arasında en popüler olanıdır. Başlangıçta bir proje niteliği taşıyan YouTube, 15 Şubat 2005 tarihinde, geçmişte Pay Pal firmasında çalışan Chad H. ve arkadaşları tarafından kurulmuştur. Kullanıcılarına video yükleme, video izleme ve paylaşma imkânı tanıyan YouTube genel içerik itibarıyla dizi, film, reklam, eğitim ve güncel gibi birçok içeriğin yer aldığı paylaşım sitesidir¹². YouTube ilk çıkış noktasını “Your Digital Video Repository” (dijital video deponuz) olarak şekillendirirken, sonraki aşamada ‘Broadcast Yourself’ (kendin yayımla) ilkesini belirlemiştir. Bu noktada ilk aşaması video depolama ve video kütüphanesi olan YouTube, daha sonra teknik altyapıdaki değişimlerle sosyal ağ sitesi konumunda işlev görmeye başlamış ve bu özelliği sayesinde dünyada yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır.

YouTube’un kullanıcılarına sunduğu olanaklar oldukça geniştir. Bu platformda dileyen kimse istediği alandaki video-içerikleri izleyebileceği gibi dileyen kimselerde istediği alana yönelik içerik oluşturabilmektedir. YouTube kullanıcılarını daha önceki aramalarından kaynaklanan kişiselleştirilmiş bir ana sayfa ve arama motoru ile karşılamaktadır. Bireyler bu platforma bir Gmail hesabı ile kayıt yapıp kendi kişisel sayfasını oluşturarak giriş yapmakta ve dilediği alandaki içerikleri kendi sayfasında diğer kullanıcıların izlemelerine sunmaktadır. Sistemli bir sayfa oluşturmaya imkân tanıyan YouTube tek kanal bünyesinde farklı kanalların açılmasına imkân vermektedir. Buna ek olarak kullanıcıların kanallarında yayınladıkları video içerikleri kategorilere ayırmaya imkân tanıyan YouTube bu içerikleri oluşturulan farklı oynatma listelerinde sunmaya da imkân tanımaktadır. Bu ek olarak YouTube bireylere ebeveyn kontrolü sağlayarak sadece çocuklara yönelik içeriklerin yayınlandığı YouTube Kids uygulamasını da sunmaktadır. Geniş kullanıcı sayısına sahip ve sistematik içerikli YouTube, farklı amaçlarla kullanılmaktadır. Nitekim bu amaçlar arasında; eğitim, eğlence, reklam, tanıtım vb. kategoriler bulunmaktadır.

YouTube’un eğitim amacıyla kullanılabilmesini savunan araştırmacılar bu durumu çeşitli argümanlar ile desteklemektedir. Moghavvemi vd. (2018) çalışmalarında öğrencilerin YouTube kullanma motivasyonları arasında bilgilendirme ve akademik öğrenme olduğunu ifade ederken, YouTube’da yer alan videoların izleyicinin ihtiyaç duyduğu konuyla ilişkili olması halinde bu platformun etkileşimi arttıracak çok önemli bir eğitim ortamı olabileceği sonucuna ulaşmıştır¹³. YouTube’un bir içerik oluşturma ve belli başlı bazı kesimlere hitap edebilme gücü çeşitli kurumlar tarafından fark edilmiştir. Türkiye’de özellikle kamu bilgilendirmesi gerçekleştiren kurumlar eğitim videolarını bu platformda yayınlamaya halkın tamamının bunları izleyebilmesine olanak sağlamaktadır¹⁴. Bu kurumlardan biride Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB)’dir.

DİB tarafından açılan ve Diyanet TV YouTube kanalı olarak isimlendirilen kanal 14 Nisan 2013’te faaliyete girmiştir¹⁵. Diyanet YouTube kanalı kendi içerisinde sistematik bir düzene sahiptir. Farklı alanlara yönelik bazı kanallarında bu ana kanal bünyesinde açıldığı görülmektedir. Bu kanallara bakıldığında; DİB ile ilgili bilgilendirmelerin yapıldığı Diyanet Basın Merkezi¹⁶, DİB’in derneği Diyanet Vakfına yönelik bilgilendirmelerin yapıldığı Türkiye Diyanet Vakfı¹⁷, DİB’in radyo kanalının paylaşıldığı Diyanet Radyo¹⁸, DİB yayınlarının duyurulmasını amaçlayan Diyanet Yayınları¹⁹, DİB’in gençlere yönelik hazırladığı içeriklerin paylaşıldığı Gençlerin Dilinden²⁰ ve DİB’in çocuklara yönelik

¹² Ali Murat Kırık - Ersin Altun, “Youtube Üzerinden Ürün Yerleştirme Stratejisi: Deniz Adam Örneği”, 2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme, ed. Gülay Öztürk vd. (İstanbul; İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2018), 1/168.

¹³ Sedigheh Moghavvemi vd., “Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of youtube”, *The International journal of management education* 16/1 (2018), 37-42.

¹⁴ Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), “AFAD” (Erişim 22 Şubat 2024); İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB), “İBB TV”, (Erişim 22 Şubat 2024).

¹⁵ Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), “Diyanet TV”, (Erişim 21 Mayıs 2023).

¹⁶ Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), “Diyanet Basın Merkezi”, (Erişim 02 Mart 2022).

¹⁷ Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), “Türkiye Diyanet Vakfı”, (Erişim 02 Mart 2022).

¹⁸ Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), “Diyanet Radyo”, (Erişim 02 Mart 2022).

¹⁹ Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), “Diyanet Yayınları”, (Erişim 02 Mart 2022).

²⁰ Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), “Gençlerin Dilinden”, (Erişim 02 Mart 2022).

çizgi film ve içeriklerinin yayınlandığı Diyanet Çocuk YouTube kanalıdır²¹. Diyanet TV bünyesinde bulunan kanallar arasında en fazla abone sayısına sahip kanalın Diyanet Çocuk YouTube kanalı olduğu görülmektedir.

Diyanet Çocuk YouTube kanalında (DÇYK) bulunan içerikler farklı amaçlar ile kullanılmaktadır. Bu amaçlar arasında kanalın bir eğitim materyali olarak kullanılması bulunmaktadır. 4-6 yaş Kur'an kursları ile ilgili yapılan çalışmalarda genelde video-içeriklerin özelde ise DÇYK'nın eğitimde bir materyal olarak kullanıldığı görülmüştür²².

Youtube ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; hukuk²³, sosyoloji²⁴, ilahiyat²⁵, eğitim gibi alanlarda çalışmaların yapıldığı görülmektedir. YouTube'un eğitim materyali olarak ele alındığı çalışmalar; buradaki bir kanalın eğitim materyali olarak kullanılması üzerine yapılmıştır²⁶. Diyanet Çocuk YouTube kanalını ele alan çalışmalar incelendiğinde ise çalışmaların genellikle kanalda bulunan içerikleri değer analizine tabi tuttukları²⁷ veya ilgili değerleri müfredatta yer alan değerler ile karşılaştırdıkları²⁸

²¹ Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), "Diyanet Çocuk Youtube", (Erişim 21 Mayıs 2023).

²² Fatma Akdağ, *4-6 Yaş Grubu Kur'an Kursları Üzerine Bir Araştırma (Denizli İli Örneği)* (İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022), 101.

²³ Vural Seven, "Sosyal Paylaşım Sitelerinin (Youtube-Facebook-Twitter) Haksız Rekabet Karşısındaki Durumu", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 16 (2014), 3343-3350; Esra Gökçen Kaygısız, "Mobbing In Social Media: Analyse Youtube And Twitter Users' Comments", *Business & Management Studies: An International Journal* 11/1 (2023), 226; Gizem Özcan, "Çocuk Hakları İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Çocuk Youtube Kanalları", *Disiplinlerarası Çocuk Hakları Araştırmaları Dergisi* 3/5 (2023), 64-72.

²⁴ Burcu Özkonuk, *Çocukluk Sosyolojisi Bağlamında Çocuk Özneler İçin Youtube ve Youtuber Olmak Üzerine Bir İnceleme* (Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019); Sema Gören, *Medya Sosyolojisi Bağlamında Televizyon ve Youtube Platformlarının Karşılaştırılması* (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023); Elif Özü, *Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde Youtuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği* (Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018); Burcu Özbek- Nilgün Sofuoğlu Kılıç, "Çocuk Öznelerin Youtube ve Youtuberlık Algısı (Aydın İli Örneği)", *Social Sciences Studies Journal (Sssjournal)* 6/62 (2022), 2000-2012.

²⁵ Mehmet Aksürmeli, "The Proliferation Of Non-Mainstream Islam On The Web: The Case Of Turkish Preaching Videos On Youtube With Reference To The Videos Of Ebu Hanzala", *İlahiyat Akademi Dergisi* 5 (2017), 225-238; Yunus Tüken - Tuncay Karateke, "An Evaluation Of The Youtube Channel Contents Of Ngos Carrying Out Non-Formal Religious Education Activities In The Context Of Civil Religious Education", *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 10/1 (2023), 1-29; Muhammad Rijalı, *Pesan Dakwah Dalam Komedi" Keluarga Beti" Youtube Arif Muhammad* (Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Phd Thesis, 2022); Esra Nazlı, "Televizyon ve Youtube Kanallarında Yayınlanan Dini Programların Ramazan Ayında Oluşturdukları İçeriklerin İncelenmesi", *Dicle İlahiyat Dergisi* 26/1 (2023), 183-195.

²⁶ Abdullah Bedir, *Sosyal Medya Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisi* (Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016); Çiğdem Ceylan, *Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Bir Eğitsel Youtube Kanalının Tasarım ve Program Öğeleri Açısından İçerik Analizi ve İzleyici Görüşleri* (Çanakkale: Çanakkale On Sekiz Mart, Yüksek Lisans Tezi, 2023); Hasan Hüseyin Cihangir, *Youtube'un Eğitim Ortamı Olarak Kullanımının İzleyici ve Eğitimci Bağlamında İncelenmesi* (Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021); Önder Çangal, "Dil Öğretiminde Youtube'un Kullanımı: Yabancılara Türkçe Öğretenlerin Deneyimleri ve Bakış Açıkları", *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* 10 (2021), 63-80; Dinara Duisebayeva, *The use of English songs on YouTube to teach vocabulary to young learners* (Ankara: Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2014).

²⁷ Semra Çinemre, "Diyanet TV Çizgi Filmlerinin Din Eğitimine Katkısı Açısından İncelenmesi", *Hitit İlahiyat Dergisi* 20/1 (2021), 81-108; Çiğdem Güney, *Çizgi Filmlerde Değer Yüklü Mesajlarda İçerik Analizi: Şeker Hoca Ve Yusuf'un Dünyası Örneği* (Çorum: Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019); Mustafa Çuhadar, "Türkiye'de Kamu Hizmeti Yayıncılığı Açısından Dinî Temalı TV Programları ve Diyanet TV Program Türleri Üzerine Bir İnceleme", *Medya Ve Din Araştırmaları Dergisi* 2/2 (2019), 237-266.

²⁸ Semra Çinemre, "Diyanet TV Çizgi Filmlerinin 4-6 Yaş Grubu Kur'an Kursu Öğretim Programında Yer Alan Değerler Açısından İncelenmesi", *Değerler Eğitimi Dergisi* 19/41 (2021), 207-243; Burcu Arlı, *Milli Eğitim*

görülmektedir. Bu çalışma Diyanet YouTube Çocuk Kanalını pratik boyutta incelemeyi hedeflemektedir. Çalışmada içerikleri derslerde kullanan öğretici görüşleri doğrultusunda kanalın eğitimde kullanılmasının değerlendirilmesi hedeflenmektedir. Çalışmanın bu özel yönüyle ilgili literatüre katkı sağlanması beklenmektedir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın temel problem cümlesi; “4-6 yaş Kur’an kursu öğretmenlerine göre DÇYK’deki olumluluk ve olumsuzluklar nelerdir? olmuştur.

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı DÇYK’nın içeriğini ortaya koymak ve 4-6 yaş Kur’an kursu öğretmenlerinin görüşleri doğrultusunda DÇYK’yi değerlendirmektir. Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki alt amaçlara bakılmıştır.

1-Diyanet Çocuk YouTube kanalını betimlemek.

2-Kur’an kursu öğretmenlerine göre DÇYK’nın 4-6 yaş grubu çocuklara uygunluğu ortaya koymak.

3- 4-6 yaş Kur’an kursu öğretmenlerine göre DÇYK’nın olumlu yönlerini ortaya koymak.

4- 4-6 yaş Kur’an kursu öğretmenlerine göre DÇYK’nın olumsuz yönlerini ortaya koymak.

5- 4-6 yaş Kur’an kursu öğretmenlerine göre DÇYK’nın çocuklar tarafından izlenme ve izlenmeme sebeplerini ortaya koymak.

6- 4-6 yaş Kur’an kursu öğretmenlerine göre DÇYK’nın eksiklik yönlerini ortaya koymak.

7- 4-6 yaş Kur’an kursu öğretmenlerine göre DÇYK’nın diğer youtube kanallarından farkını ortaya koymak.

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Yaklaşımı

Bu çalışma nitel araştırma yaklaşımının durum deseninde gerçekleşmiştir. Nitel yaklaşım olay ve durumların katılımcı görüşleri doğrultusunda nitel verilerin toplanmasıyla gerçekleşen yaklaşımı ifade etmektedir²⁹. Nitel yaklaşım kendi içerisinde birden fazla deseni bulundurmaktadır. Bu desenler olayların daha sistematik bir şekilde ele alınmasına yarar sağlar. Bu desenler arasında durum deseni ise bir olayın detaylı bir şekilde birçok yönüyle ele alınmasını ifade etmektedir³⁰. Durum çalışmaları ele alınan sınırlı bir veri ile ilgili derinlemesine bilgi sunulması istenilen çalışmalarda kullanılmaktadır³¹.

Bu çalışmada DÇYK’da bulunan çizgi filmlerin izlenme ve izlenmeme sebepleri, olumluluk ve olumsuzlukları, kanalın genel değerlendirmesi ve diğer kanallardan farkının araştırılması hedeflendiğinden dolayı araştırmanın durum deseninde gerçekleştirilmesi uygun görülmüştür.

2.2. Çalışma Grubu

Bu çalışmada nitel araştırma örnekleme türlerinden amaçlı örnekleme tekniği kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme türünde araştırmacı evrende kendi çalışmasına uygun olarak yeterli gördüğü ve çalışmasına hizmet edecek sayıda kişiyi araştırmaya dahil eder. Bu çalışmada Şanlıurfa il müftülüğünde görev yapan 4-6 yaş kuran kursu öğretmenlerinden DÇYK’ni derslerde bir materyal olarak kullanıp

Bakanlığı Mevzuatında Yer Alan Kök Değerler Açısından Harfler Köyü Çizgi Filminin İncelenmesi (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022).

²⁹ Şener Büyükoztürk vd., *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (Ankara: Pegem Yayınları, 2008), 13.

³⁰ Meridith D. Gall vd., *Educational research: an introduction (USA: Pearson, 2007)* akt; Büyükoztürk vd., *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 268.

³¹ Berrak Aytacı, “Durum Çalışmasına Ayrıntılı bir Bakış”, *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 3/1 (2012), 8.

kullanmadıkları sorulmuş ve kullananlar araştırmaya dahil edilmiştir. Bu kapsamda araştırmaya 20 4-6 Yaş Kuran Kursu öğreticisi dahil edilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Dahil Edilen Bulunan Kuran Kursu Öğreticileri ve Bilgileri

Kod	Cinsiyet	Hizmet yılı	Eğitim durumu	Çalışma Statüsü
K1	Kadın	0-4	Lisans	Kadrolu
K2	Kadın	0-4	Lisansüstü	Kadrolu
K3	Kadın	0-4	Lisans	Kadrolu
K4	Kadın	5-9	Lisans	Kadrolu
K5	Kadın	0-4	Ortaöğretim	Geçici
K6	Kadın	0-4	Lisansüstü	Kadrolu
K7	Kadın	0-4	Lisans	Kadrolu
K8	Kadın	0-4	Lisans	Kadrolu
K9	Kadın	5-9	Lisans	Kadrolu
K10	Kadın	0-4	Lisansüstü	Kadrolu
K11	Kadın	5-9	Lisans	Kadrolu
K12	Kadın	5-9	Lisans	Kadro
K13	Kadın	0-4	Lisans	Geçici
K14	Kadın	0-4	Lisans	Kadrolu
K15	Kadın	0-4	Lisans	Kadrolu
K16	Kadın	0-4	Önlisans	Geçici
K17	Kadın	0-4	Lisans	Geçici
K18	Kadın	0-4	Önlisans	Geçici
K19	Kadın	5-9	Lisans	Kadrolu
K20	Kadın	0-4	Lisans	Kadrolu

2.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu araştırmanın verileri görüşme tekniği kullanılarak Yarı Yapılandırılmış Öğretici Görüşme Formu aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma verileri 2023 yılında Kur'an kursu öğretmenleri ile bizzat yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilerek toplanmıştır. Görüşme esnasında katılımcıların rızası doğrultusunda ses kayıt cihazları ile görüşmeler kayıt altına alınmış ve daha sonrasında Word kelime işlemcisine aktarılmıştır.

Araştırmanın verileri içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. İçerik analizinde incelenmek istenen veri çeşitli tema ve kodlar oluşturularak düzenlenir. Bu çalışmada elde edilen ham veriler MAXQUDA kelime işlemcisi sayesinde içerik analizine tabi tutulmuştur.

2.4. Çalışma İzni

Bu çalışma Fırat Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (FÜBAP) tarafından İLAF.22.01 protokol numaralı proje ile desteklenmiştir. Çalışma Fırat Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulunun 03/11/2022 tarih ve E-97132852-100-157436 sayılı izni ve Şanlıurfa Valiliğinin 13.05.2022 tarih E-67307942-044-2451884 sayılı izni ile gerçekleştirilmiştir.

3. Bulgular

Bu bölümde DÇYK'nın betimlenmesi, kanalın öğretici görüşleri doğrultusunda; 4-6 yaş grubu çocuklara uygunluğu, diğer youtube kanallarından farkı, kullanımındaki olumluluklar ve olumsuzluklar, çocuklar tarafından izlenme ve izlenmeme sebepleri ve kanalın eksiklikleri ortaya koyulmuştur.

3.1. DÇYK'nın Betimlenmesi

DÇYK 5 Ağustos 2014 tarihinde açılmıştır. Kanalın kuruluş amacı “Diyanet Çocuk, Diyanet TV’de yayınlanan çocuk programlarının arşiv, kesit ve özel videolarına ulaşabileceğiniz bir Youtube kanalıdır.” şeklinde ifade edilmiştir. Kanalda 526 bin abone ve 2.270 video içerik ve 44 adet oynatma listesi bulunmaktadır. Kanalın toplam izlenme sayısı ise 205.174.813’tür (Bu veriler 20 Mart 2024 tarihinde alınmıştır)³².

3.2. Kanalın Çocuklara Uygunluğu ile İlgili Bulgular

Tablo 2.’te 4-6 yaş Kur’an kursu öğretmenlerinin görüşleri doğrultusunda DÇYK’nın çocuklara uygunluk düzeyleri sunulmuştur.

Tablo 2. DÇYK’nın 4-6 Yaş Çocuklara Uygunluğu

Kod İsim	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil
K1	Evet	-	-
K2	Evet	-	-
K3	Evet	-	-
K4	-	Evet	-
K5	Evet	-	-
K6	-	Evet	-
K7	Evet	-	-
K8	Evet	-	-
K9	-	Evet	-
K10	Evet	-	-
K11	Evet	-	-
K12	-	Evet	-
K13	Evet	-	-
K14	Evet	-	-
K15	-	Evet	-
K16	Evet	-	-
K17	Evet	-	-
K18	Evet	-	-
K19	Evet	-	-
K20	-	Evet	-
Toplam 20	n: 14	n: 6	n: 0

Tablo 2. incelendiğinde araştırmaya katılan 20 kuran kursu öğreticisinden 14’ü kanalda bulunan çizgi filmlerin tamamının 4-6 yaş çocuklara uygunluğunu ifade ederken, 6’sı kısmen uygun olduğunu ifade etmiştir.

Kanalın Uygunluğu: 14 katılımcı kanalda bulunan bütün içeriklerin çocuklara uygun olduğunu ifade etmiştir. Bu içeriklerin çocuklara uygun olduğu düşünceleri ise genel olarak kanalı izleyen çocuklardan herhangi bir olumsuz dönüt almamalarından kaynaklanmıştır. Kanalda bulunan çizgi filmleri çocuklara izlettikten sonra çocuklardan olumsuz dönüt almadığı için kanalın bu yaş dönemindeki çocuklara uygun olduğunu ifade eden bir katılımcı şöyle söylemiştir;

“Evet kursta çocuklara ilgili içerikleri izletince onlardan çok güzel dönükler alıyorum ve bence bu içerikler 4-6 yaş çocuklara uygun” (K17).

Kanalın Kısmen Uygunluğu: 6 katılımcı kanalda bulunan içeriklerin bir kısmının çocuklara uygun olduğunu ifade etmektedir. Bu ifadelerini ise bazı içeriklerin çocukların gelişimsel dönemlerine uygun olmamasına dayandırmışlardır. Bu durumu ifade eden bir katılımcı şöyle söylemiştir;

³² DİB, “Diyanet Çocuk YouTube”.

“Genel olarak kanaldaki çizgi filmlerin çocuklara uygun olduğunu düşünüyorum ama bazıları için gerçekten dört yaşındaki bir grup, beş yaşındaki bir grup, altı yaşındaki bir grup için ayrımlar söz konusu olabilirdi” (K6).

3.3. DÇYK’nın Kullanımındaki Olumluluklar ile İlgili Bulgular

Tablo 3.’te katılımcıların görüşleri doğrultusunda DÇYK’nın kullanımındaki olumluluk sunulmuştur.

Tablo 3. DÇYK’nın Kullanımındaki Olumluluklar

Tema	Kod	Frekans	Toplam
İçerik	Eğitici	7	22
	Müfredat Uyumu / Pekiştirme	6	
	Dikkat Çekicilik	5	
	Eğlendirici	2	
	Sevgi Aşılama	1	
	Güncellik	1	
Güvenilirlik	Uzman İş	2	3
	Resmi Kurum	1	
İzleyici	Özdeşleşme	3	3
Toplam		28	28

DÇYK’nın kullanımındaki olumluluklar incelendiğinde katılımcıların içeriklerin eğitici olmasının kanalın en büyük olumluluğu olarak ifade ettikleri görülmüştür. Bunun yanında kanalın olumluluğunu; müfredata uygun, içeriklerin dikkat çekici, eğlendirici, sevgi aşılama, güncel, uzman bir ekipçe hazırlandığı ve izleyicilerin içeriklerdeki kahramanlarla özdeşleşmesi gibi kodlarla ifade eden katılımcılarda bulunmaktadır.

Kanalın İçeriği Teması: DÇYK’nın kullanımındaki olumlulukları kanalın içerikleri ile ifade eden katılımcılar bu durumu içeriklerin eğitici olması, müfredata uyması, dikkat çekici olması, eğlendirici olması, sevgi aşılama olması ve güncel olması ile ifade etmişlerdir. Kanalın olumluluklarını bu doğrultuda ifade eden katılımcılardan bazıları şöyle ifadeler kullanmışlardır;

“Değerler eğitimi ve din eğitimiyle alakalı direkt mesaja yönelik içeriklerin yer alması” (K20); “Çocukların görsel açıdan ilgisini çekmesi öğretici olması” (K13) “Sosyal ve ahlaki eğitimler konusunda çok faydalı” (K17) demiştir.

Güvenilirlik Teması: DÇYK’nın kullanımındaki olumlulukları kanalın güvenilirliği ile ifade eden katılımcılar bu durumu; kanalın uzman bir ekip tarafından hazırlanması ve resmi bir kurum tarafından üretilen içerikleri barındırması ile ifade etmişlerdir. Bir katılımcı bu durumu şöyle ifade etmiştir;

“Farklı taraflarca oluşturulan zararlı içerikler izleneceğine Diyanet tarafından üretilen bu içeriklerin kullanılması bence kanalın en büyük olumluluğu” (K16)

İzleyici Teması: DÇYK’nın kullanımındaki olumlulukları kanalı izleyen çocukların, kanaldaki içerikler ile özdeşleşmesi ile ifade edilmiştir. Bir katılımcı bu durumu şöyle ifade etmiştir;

“Konuların kültürümüz ve değerlerimizle örtüşmesi ve izleyen çocukların bunları izleyerek çizgi filmlerde yer alan kişilerle özdeşleşip iyi işler yapmak istemeleri” (K18)

3.4. DÇYK’nın Kullanımındaki Olumsuzluklar ile İlgili Bulgular

Tablo 4.’de Katılımcıların görüşleri doğrultusunda DÇYK’nın kullanımındaki olumsuzluklar sunulmuştur.

Tablo 4. DÇYK'nın Kullanımındaki Olumsuzluklar

Tema	Kod	Frekans	Toplam
Olumsuzluklar	Bağımlılık	3	10
	Beceri Kaybı	1	
	Pasiflik	1	
	Çatışma	1	
	Bilgi Yüklemesi	1	
	Yetersizlik	1	
	Kişelik	1	
Güncel Olmaması	1		
Toplam	9	10	10

DÇYK'nın kullanımındaki olumsuzlukları ifade eden soruya katılımcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların yarısı içeriklerde olumsuzluk olmadığını ifade etmiştir. Bunun yanında kanalın kullanımındaki olumsuzlukları bağımlılık, beceri kaybı, pasiflik, çatışma, bilgi yüklemesi, yetersizlik, kişelik, güncel olmaması gibi kodlarla ifade eden katılımcılarda bulunmaktadır. Bu durumu ifade eden katılımcılardan bazıları bu ifadelerini şöyle dile getirmişlerdir;

“Bütün ekranlarda olduğu gibi bu kanalın fazlaca çocuklar tarafından izlenmesi onların ekran bağımlılığına sebebiyet verebilir” (K6). “Çocukların ilerleyen dönemlerde televizyon, telefon, bilgisayar bağımlılığını tetiklemesi” (K19)

3.5. DÇYK'nın Çocuklar Tarafından İzlenme Sebebi ile İlgili Bulgular

Tablo 5.' de DÇYK'nın 4-6 yaş çocukları tarafından izlenme sebepleri sunulmuştur.

Tablo 5. DÇYK'nın İzlenme Sebepleri

Temalar	Kod İsim	Frekans	Toplam
İçerik	Merak Uyandırma	13	18
	Eğlendiricilik	3	
	Değer Barındırması	1	
	Gerçeklik	1	
Şekil	Başrol	5	9
	Kısa Olması	2	
İzleyici	Hazırbulunuşluk	2	3
	İzleyiciye uygunluk	1	
Toplam		29	29

DÇYK'nın çocuklar tarafından izlenmesi ile ilgili katılımcıların görüşleri incelendiğinde; katılımcıların büyük bir kısmının merak duygusunu ifade ettiğini; bunun yanında içeriklerin eğlendirici olması, değer barındırması, gerçeklik, başrol, kısa olması, hazırbulunuşluk, izleyiciye uygunluk kodları ifade eden katılımcıların bulunduğunu söylemekte mümkündür.

İçerik Teması: DÇYK'nın 4-6 yaş çocuklar tarafından izlenme sebebini kanalda bulunan içerikler ile ilişkilendiren katılımcılar bu durumu; kanaldaki içeriğin merak uyandırdığı, çocukları eğlendirdiği, değer barındırdığı ve ütöpik olmadığı ile ifade etmişlerdir. Bu içeriklerin değer barındırmadığı ve merak uyandırmadığını ifade eden katılımcıların ifadeleri şu şekildedir;

“Konuların kültürümüz ve değerlerimizle örtüşmesi” (K11); “Merak duygusu ve hareketli, akıcı olaylara katılma isteği” (K10).

Şekil Teması: DÇYK'nın 4-6 yaş çocuklar tarafından izlenme sebebini kanalda bulunan içeriklerin şekilsel özellikleri ile ilişkilendiren katılımcılar bu durumu; kanaldaki içeriklerin kısa olması ve başrol yani kahraman karakter ile özdeşleşme gibi kodlar ile ifade etmişlerdir. Bu durumu ifade eden bir katılımcı şöyle demiştir;

“Muhtevada bulunan karakteri sevmeleri ve onu kendilerine örnek almaları” (K19).

İzleyici Teması: DÇYK'nın okulöncesi çocuklar tarafından izlenme sebebini kanalda bulunan içeriklerin izleyiciye uygun olması ile ifade eden katılımcılar bu durumu muhataba uygunluk ve hazırbulunuşluk kodu ile ifade etmişlerdir. Kanalda bulunan içeriklerin çocuğun hazırbulunuşluk düzeyine uygun olduğunda çocuklar tarafından izlendiğini ifade eden bir katılımcı şöyle söylemiştir;

“Derste anlattığımız ve daha önce bildiği herhangi bir dini bilgiyi izlemiş olduğu içerikte yer verilmesi durumunda izlemeye devam ediyorlar” (K6)

3.6. DÇYK'nın Çocuklar Tarafından İzlenmeme veya Yarıda Bırakma Sebebi ile İlgili Bulgular

Tablo 6.'de DÇYK'nın 4-6 yaş çocukları tarafından izlenmek istenmeme veya yarıda bırakılma sebepleri sunulmuştur.

Tablo 6. DÇYK'nın İzlenmeme Sebebi

Tema	Kod	Frekans	Toplam
İçerik	Merak Uyandırmama	12	16
	Hareketsizlik	4	
Şekil	Uzunluk	8	10
	Tek Karakter	2	
İzleyici	İzleyiciye Uygun Olmama	6	8
	Özdeşleşmeme	2	
TOPLAM		34	34

DÇYK'da bulunan içeriklerin çocuklar tarafından izlenmek istenmeme veya yarıda bırakılma sebepleri ile ilgili katılımcı görüşleri incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunlukla içeriklerin merak duygusu uyandırmama, uzun süreli olma, muhataba uygun olmama gibi kodları ifade ettikleri görülmüştür. Bunun yanında katılımcıların hareketsizlik, tek karakter ve özdeşleşme kodlarını ifade ettikleri de görülmektedir.

İçerik Teması: DÇYK'nın 4-6 yaş çocuklar tarafından izlenmeme veya yarıda bırakılma sebebini kanalda bulunan içerikler ile ilişkilendiren katılımcılar bu durumu; kanaldaki içeriklerin merak uyandırmadığı ve tekdüze olduğunu ifade etmişlerdir. Kanalda bulunan içeriklerin çocukları meraklandırmaması sebebiyle izlenmediğini ifade eden bir katılımcı şöyle söylemiştir;

“İzlediği içeriğe benzer başka bir içerik de izlemiş olabilir. Aynı konuları tekrar tekrar izlememek istemediğinden kaynaklanabilir.” (K11) “Kurgunun zayıf, dikkat çekici olmaması” (K20).

Şekil Teması: DÇYK'nın 4-6 yaş çocuklar tarafından izlenmeme veya yarıda bırakılma sebebini kanalda bulunan içeriklerin şekilsel özellikleri ile ilişkilendiren katılımcılar bu durumu; kanaldaki içeriklerin uzun olması ve bazı içeriklerde tek karakter olması ile ifade etmişlerdir. Bu çizgi filmlerin izlenmeme sebebini uzun olması ile ifade eden bazı katılımcıların ifadesi şöyledir;

“Çizgi filmlerin çok uzun olması” (K8, K10, K16, K17, K20)

İzleyici Teması: DÇYK'nın okulöncesi çocuklar tarafından izlenmeme ve yarıda bırakılma sebebini kanalda bulunan içeriklerin izleyiciye uygun olması ile ifade eden katılımcılar bu durumu muhataba uygunluk, izleyicilerin içeriklerde kendilerini bulamamaları ise özdeşleşmeme kodları ile

ifade etmişlerdir. Bu içeriklerin izlenmeme sebebini çocuklara uygun olmaması ile ifade eden bazı katılımcıların ifadesi şu şekildedir;

“Yaşlarına uygun olmayan içeriklerde sıkılabiliyorlar.” (K10) “Çocukların anlayamayacağı seviyede diyalogların yer alması” (K20)

3.7. DÇYK'daki Eksiklikler ile İlgili Bulgular

Tablo 7.'da 4-6 yaş Kur'an kursu öğrencilerinin DÇYK'da gördükleri eksiklikler sunulmuştur.

Tablo 7. DÇYK'daki Eksiklikler

Tema	Kod	Frekans	Toplam
Çizgi Film	Şeker Hoca	7	20
	Yusuf'un Dünyası	7	
	Dedemin Öyküleri	4	
	Değerler Takımı	2	
Şekil	Görüntü	6	10
	Bölüm	2	
	Yaş Kategorisi	1	
	Süre	1	
İçerik	Hareket	3	7
	İşaret Dili	1	
	Salt Bilgi	1	
	Dil Gelişimi	1	
Diğer	Siyer	1	5
	YouTube Kids	3	
	Tek Yerden	2	
TOPLAM	15	42	42

Katılımcıların DÇYK'da gördükleri eksiklikler incelendiğinde katılımcıların kanalda bulunan içerikler özelinde bazı eksiklikleri ifade ettikleri ve kanalı şekilsel, içeriksel ve diğer temalarda eleştirdiği görülmüştür.

Çizgi Film Teması: DÇYK'da bulunan eksikliği kanaldaki oynatma listeleri ile ifade eden katılımcılar bu durumu kanaldaki 4 (Şeker Hoca, Yusuf'un Dünyası, Dedemin Öyküleri, Değerler Takımı) içerikte gördükleri eksiklikleri dile getirerek ifade etmişlerdir. Bu durumu ifade eden katılımcılardan bazıları şöyle söylemiştir;

“Şeker Hocanın çocuklara uygun olduğunu düşünüyorum, fakat bazı bölümler çocukların anlayamayacağı içerikleri barındırıyor. Mesela Şeker Hoca'da atasözleri üzerinde duruluyor. Bunlar çocukların kavramalarının dışında oluyor.” (K10); “Ben Yusuf'un Dünyası isimli çizgi filmin çok tekdüze devam ettiğini ve bölümlerinde müzik eksikliği olduğunu düşünüyorum” (K18); “Dedemin Öyküleri çok sıkıcı yani ben bile sıkılıyorum kaç yaşında olmama rağmen hani ben sıkılıyorsam çocuklar bunu hiç izlemiyorlar ben bunu tespit ettim hem eski görev yerinde hem şimdiki görev yerinde aynı sıkıntıyla karşılaştım.” (K18).

Şekil Teması: DÇYK'da bulunan eksikliği kanaldaki şekilsel özellikler ile ifade eden katılımcılar, bu durumu; kanaldaki görüntü kalitesinin düşük olması, bölümlerin eksik olması, içeriklerin çocukların gelişimsel dönemlerine göre ayrıştırılmaması ve içeriklerde süre sınırının olması ile ifade etmişlerdir. Bu durumu içeriklerin yaş gruplarına göre sınıflandırılmamış olması ve görüntü kalitesinin düşük olduğunu ifade eden bazı katılımcılar şöyle söylemiştir;

“Yine bu içeriklerin çocukların yaş gruplarına göre sınıflandırılması gerektiğini düşünüyorum” (K4); “Biraz daha gerçekçi ve hızlandırılmış olabilir” (K3)

İçerik Teması: DÇYK’da bulunan eksikliği kanaldaki içeriksel özellikler ile ifade eden katılımcılar bu durumu kanaldaki içeriklerin hareketsiz olması, içeriklerde işaret dilinin olmaması, içeriklerin salt bilgi veriyor olması, çocukların dil gelişimine katkı sağlamamı ve siyer ile ilgili içeriklerin bulunmaması ile ifade etmişlerdir. Bu içeriklerin eksikliğini hareketsizlik kodu ile ifade eden bir katılımcı şöyle söylemiştir;

“Bir kısım çizgi filmler biraz daha yavaş çizgi filmler çocuklar daha çok hareketli çizgi filmleri tercih ediyorlar,” (K9)

Diğer Tema: DÇYK’da bulunan eksikliği kanaldaki diğer özellikler ile ifade eden katılımcılar bu durumu kanaldaki içeriklerin YouTube Kids’te bulunmaması ve bu içeriklerin tek bir kanaldan sunuluyor olması ile ifade etmişlerdir.

“İçerikler YouTube Kids’te bulunmuyor buraya da eklenmesi gerekiyor”; “Sadece YouTube’da kalmasın TRT ekranda kalmasın bütün kanallarda yayınlanır inşallah” (K4).

3.8. DÇYK’yı Diğer Kanallardan Ayıran Temel Farklar ile İlgili Bulgular

Tablo 8.’te 4-6 Yaş Kur’an kursu öğretmenlerinin görüşleri doğrultusunda DÇYK’yı YouTube’da bulunan diğer kanallardan ayıran temel farklar sunulmuştur.

Tablo 8. DÇYK’yı Diğer Kanallardan Ayıran Farklar

Temalar	Kod İsim	Frekans	Toplam
İçerik	Değer Barındırması	10	16
	Muhataba Uygunluk	4	
	Eğitici	2	
Kurumsallık	Güvenilirlik	7	7
	Düzen	2	
Şekil	Kalite	1	3
Toplam		26	26

Katılımcıların DÇYK’yı diğer kanallardan ayıran temel farkın ne olduğu sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde kanalı içeriksel, kurumsallık ve şekilsel tarzında değerlendirdiği temaların ortaya çıktığı görülmektedir. Kanalı diğer kanallardan ayıran farklar arasında değer barındırması, muhataba uygun olması, eğitici olması, güvenilir olması, düzenli ve kaliteli olması kodları bulunmaktadır.

İçerik Tema: DÇYK’yı diğer kanallardan içeriksel temasıyla ayıran katılımcılar, bu durumu; kanalda bulunan içeriklerin dini-millî değerlerimizi barındırması, bu içeriklerin çocuklara uygun olması ve eğitici olması ile ilişkilendirmiştir. Bu doğrultuda DÇYK’yı diğer kanallardan ayıran temel farkları içerik temasıyla ifade eden bazı katılımcılar şöyle söylemiştir;

“Değerlerimize daha çok vurgu yapması ve içerik ve görüntü olarak daha uygun olması.” (K14); “Diğer yaş gruplarının yanında çocukları da din eğitimine dahil edecek muhtevaya sahip olması”; (K19) “Dini ve millî değerlerimizi çok güzel bir şekilde yansıtacak içeriklere sahip olması” (K12); “Dini-değerler eğitimi içerikli videolara sahip olması” (K19)

Kurumsallık Teması: DÇYK’yı diğer kanallardan kurumsallık temasıyla ayıran katılımcılar, bu durumu; kanalın yayınlarının güvenilir bir şekilde çocuklara izletilebileceği ile ifade etmişlerdir. Bu durumu ifade eden bazı katılımcılar şöyle söylemiştir;

“Bu çizgi filmlerin diğerlerine göre daha güvenilir olması” (K1); “Dini içerik öğretmek amacı ile hareket etmeleri ve bunun devlet eli ile yapılıyor olması” (K6).

Şekil Tema: DÇYK'yı diğer kanallardan şekilsel temasıyla ayıran katılımcılar, bu durumu; kanalda bulunan içeriklerin belirli bir düzen içerisinde olması ve kaliteli olması ile ifade etmişlerdir. DÇYK'yı diğer kanallardan ayıran farkı düzenli ve güvenilir olması koduyla ifade eden bazı katılımcılar şöyle söylemişlerdir;

“Kanalda bulunan çizgi filmlerin düzenli olması” (K13). “İçeriklerin kaliteli olması.” (K16)

4. Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmada DÇYK'nın 4-6 yaş Kur'an kursu öğreticilerine göre değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın bulgular bölümünde görüşmelerden kesitler sunulmuş ve araştırmanın güvenilirliği desteklenmiştir.

Araştırmanın ilk alt amacı kapsamında DÇYK'nın betimlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında incelenen kanalın 526 bin abone sayısına sahip olduğu, 2270 adet videonun bulunduğu ve toplam izlenme sayısının 205.174.813 olduğu görülmüştür. YouTube'da bulunan dini içerikli yayın yapan çocuk kanalları incelendiğinde³³ en fazla abone ve izlenme sayısına sahip kanalın DÇYK olduğu görülmektedir.

Araştırmanın ikinci alt amacı doğrultusunda DÇYK'nın 4-6 yaş çocuklara uygun olup olmadığı sorusu katılımcılara sorulmuştur. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde (Tablo 3.) büyük bir kısmının (n:14) kanalda yer alan çizgi filmlerin tamamının çocuklara uygun olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanında bir kısım katılımcı da (n:6) içeriklerin kısmen bu yaş grubundaki çocuklara uygun olduğunu ifade etmiştir. İçeriklerin 4-6 yaş çocuklara uygun olmadığını ifade eden katılımcı bulunmamaktadır.

Araştırmanın üçüncü alt amacı kapsamında DÇYK'nın olumlu yönlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaçla katılımcılara DÇYK'nın olumlulukları nelerdir diye soru sorulmuştur. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde (Tablo 4.) kanalın olumluluğunu büyük oranda içerikler ile ilişkilendirerek içeriklerin eğitici olması, dikkat çekici olması ve eğlendirici olmasının ifade edildiği görülmüştür. Bunun yanında kanalın en büyük olumluluğu içeriklerin eğitici (f:7) olmasıdır. Sonra ise sırasıyla içeriklerin muhataba uygun olması (f:6) ve dikkat çekici olması (f:5) gelmektedir. Çangal (2021) çalışmasında dil öğretiminde YouTube in kullanılması ile ilgili olumluluklar katılımcılardan görüş alınarak derlenmiştir. Araştırma bulguları incelendiğinde yabancılara YouTube aracılığıyla gerçekleştirilen dil öğretiminde youtube olumluluğu eğitici ve öğretici temalarında toplanmıştır³⁴. Duisembekova (2014) yaptığı çalışmasında YouTube kullanım olumlulukları; eğiticilik ve motivasyon vermesi ile açıklanmıştır³⁵. Bu yönüyle bu araştırmada ulaşılan sonuçların literatür ile uyduğu söylenebilir.

Araştırmanın bir diğer alt amacını yerine getirebilmek amacıyla katılımcılara DÇYK'nın kullanımındaki olumsuzlukları ifade etmelerini sağlayacak sorular yöneltilmiştir. Verilen cevaplar incelendiğinde (Tablo 5.) katılımcıların yarısı kanalın kullanımında herhangi bir olumsuzluk olmadığını ifade ederken bir kısmı çeşitli olumsuzluktan söz etmiştir. Kanal ile ilgili yapılan olumsuz açıklamaların (f:6) bizzat kanalın değil genel olarak medyanın kullanımındaki olumsuzluklar olduğu anlaşılmıştır. Bunun yanında bazı katılımcılarda (f:4) kanalda bulunan içeriklerdeki bazı olumsuzluklardan söz etmiştir. Bedir (2016) çalışmasında sosyal medyanın kullanımının çeşitli olumsuz durumlara sebebiyet vereceğini açıklarken bu çalışmada ulaşılan olumsuzlukları da ifade ettiği görülmüştür³⁶.

Araştırmanın beşinci alt amacı kapsamında DÇYK'yı çocukların izleme veya izlemeyerek yarıda bırakma sebepleri incelenmiştir. Bu amaçla katılımcılara çocukların bu içerikleri izleme sebepleri ve

³³ Kanal 7, “Kanal 7 Çocuk”, (Erişim 27 Mart 2024); Rehber TV, “Rehber TV YouTube”, (Erişim 27 Mart 2024); Feyyaz TV, “Feyyaz TV Çocuk”, (Erişim 27 Mart 2024).

³⁴ Çangal, “Dil öğretiminde YouTube'un kullanımı”, 78.

³⁵ Duisembayeva, *The use of English songs on YouTube to teach vocabulary to young learners*. 77

³⁶ Bedir, *Sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi*, 73.

izlememe veya yarıda bırakma sebepleri sorulmuştur. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde (Tablo 6.) çocukların DÇYK'yı izlemeleri büyük oranda içeriklerin çocuklarda merak (f:13) duygusu oluşturmasından kaynaklandığı görülmüştür. Bunun yanında çocukların içeriklerdeki kahraman karakterleri sevmeleri (f:5), içeriklerin eğlenceli olması (f:3), kısa olması (f:2) ve hazır bulunuşluklarının olması (f:2) da yine tekrar edilen kodlar arasında bulunmaktadır. Ceylan (2023) çalışmasında YouTube kanallarının izlenme sebebini büyük oranda içeriklerin merak uyandırması ve yine içeriklerin şekilsel olarak bazı özelliklerinin bulundurmasına bağlamıştır³⁷. Cihangir (2021) ise çalışmasında bu çalışmada ulaşılan sonuçlarda olduğu gibi YouTube de bir içeriğin izlenmesi için sıkıcı olmayan, ses ve görüntü kalitesi iyi ve kısa olması gibi etkenlere bağlamıştır³⁸.

Katılımcıların çocukların DÇYK'yı izlemek istememe veya yarıda bırakma sebepleri ile ilgili görüşleri incelendiğinde (Tablo 7.) katılımcıların büyük bir çoğunluğunun merak uyandırmaması (f:12) kodu ile ifade ettikleri görülmüştür. Yine buna ek olarak içeriklerin uzun süreli olması (f:8), muhataba uygun olmaması (f:6), tekdüze olması (f:4) ifade edilen diğer izlenmeme sebepleri arasındadır. Cihangir (2021) yaptığı çalışmasında YouTube de bulunan içeriklerin izlenmeme sebepleri arasında sıkıcılık, ses ve görüntü kalitesinde düşüklük, uzun olma gibi sonuçlara ulaşmıştır³⁹. Yine Ceylan (2023) çalışmasında YouTube içeriklerinin izlenmeme sebeplerini sıkıcı olması, ses ve müzik yetersizliği, uzun olması gibi sebeplere bağlamıştır⁴⁰. Bu açıdan DÇYK'nın izlenmemesi ile ilgili ulaşılan sonuçların literatürdeki çalışma sonuçları ile uyduğu söylenebilir.

Araştırmanın altıncı alt amacı kapsamında katılımcılardan DÇYK'da gördükleri eksikler nelerdir sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların DÇYK'daki eksiklikler ile ilgili ifadeleri incelendiğinde (Tablo 8.) eksikliklerin bir kısmının ifade edilen bazı çizgi filmler üzerinden olduğu dikkat çekmektedir. Bu çizgi filmlerden Şeker Hoca isimli içeriğin deyim ve atasözü barındırmasının çocukların çizgi filmleri iyi bir şekilde anlayamamalarına, Yusuf'un Dünyası isimli çizgi filmin yaşça büyük çocuklara yönelik olması ve görüntü kalitesinin düşük olması, Dedemin Öyküleri çizgi filminin ayet ve hadis barındırması hasebiyle ağır bir dil kullanması ve hareketli olmamasında dolayı çocukların sıkılmasına sebebiyet vermesi, Değerler Takımı isimli çizgi filmin çocuklarda hayali karakter oluşumuna sebebiyet verebileceği dikkat çeken hususlar arasında görülmektedir. Bunun yanında katılımcıların DÇYK'da bulunan çizgi filmlerde çeşitli eksikliklerinin olduğunu da ifade etmişlerdir. İfade edilen bu eksiklikler arasında özellikle kanalda siyer konulu herhangi bir çizgi filmin bulunmaması ve bu çizgi filmlerin YouTube Kids'te yer almaması bulunmaktadır. Araştırmacı tarafından kanalda yer alan içerikler incelenmiş ve siyer konusu ile ilgili müstakil bir çizgi filmin yer almadığı, buna karşın Dedemin Öyküleri isimli çizgi filmde kesitler halinde Hz. Peygamberin hayatına değinildiği görülmektedir. Kanalda bulunan çizgi filmlerin YouTube Kids'te bulunmaması ile ilgili eksikliğin tespiti için araştırmacı bu çizgi filmleri YouTube Kids'te aratmış ve içeriklerin tamamının bu platformda yer aldığını görmüştür.

Araştırmanın son alt amacı kapsamında DÇYK'yı diğer kanallardan ayıran temel farkların ortaya konması hedeflenmiştir. Bu doğrultusunda katılımcılara DÇYK'yı diğer kanallardan ayıran temel farkların ne olduğu sorulmuştur. DÇYK'yı diğer kanallardan ayıran temel farklar incelendiğinde (Tablo 9.) katılımcıların ilgili kanalı diğer kanallardan bütün kod ve temalarda olumlu yönde ayrıştırdığı görülmektedir. Bu kapsamda oraya çıkan en yüksek frekanslı tema; içeriksel (f: 16) isimli temadır. DÇYK'yı olumlu yönde diğer kanallardan ayıran katılımcılar bu ifadelerini değer barındırması (f:10), güvenilirlik (f:7), muhataba uygunluk (f:4) gibi kodlarda ifade etmişlerdir. Ceylan (2023) Basfi ile deneysel bilim youtube kanalı üzerine yaptığı araştırmasında katılımcıların kanal ile ilgili çeşitli olumlu açıklamalar yaptığı ve yapılan bu olumlu açıklamaların kısmen bu çalışmadakiler ile benzerlik

³⁷ Ceylan, *Ortaokul öğrencilerine yönelik bir eğitsel YouTube kanalının tasarım ve program öğeleri açısından içerik analizi ve izleyici görüşleri*, 155-165.

³⁸ Cihangir, *Youtube'un eğitim ortamı olarak kullanımının izleyici ve öğretmen bağlamında incelenmesi*, 47-49.

³⁹ Cihangir, *Youtube'un eğitim ortamı olarak kullanımının izleyici ve öğretmen bağlamında incelenmesi*, 47-49.

⁴⁰ Ceylan, *Ortaokul öğrencilerine yönelik bir eğitsel YouTube kanalının tasarım ve program öğeleri açısından içerik analizi ve izleyici görüşleri*, 132.

gösterdiği görülürken kanal ile ilgili olumsuz açıklamaların yapıldığı da görülmüştür⁴¹. Bu çalışmada DÇYK ile ilgili herhangi bir olumsuz açıklamanın yapılmaması; katılımcıların Diyanet İşleri Başkanlığı bünyesinde çalışmaları ve bu araştırmaya konu olan kanalında aynı şekilde Diyanet İşleri Başkanlığı bünyesinde faaliyet sürdürmesinden kaynaklı aidiyet duygusundan dolayı olduğu söylenebilir.

5. Öneriler

Araştırmada ulaşılan sonuçlar neticesinde çeşitli bazı önerilerde bulunulmuştur.

1. DÇYK'nın izlemek istenmeme veya yarıda bırakılma sebepleri başlığında yer içerik, şekil ve izleyici temalarında yer alan meraklandırmama, hareketsizlik, uzunluk, tek karakter, izleyiciye uygun olmama ve özdeşleşmeme kodları göz önünde bulundurularak içeriklerin tekrardan gözden geçirilmesi gerekmektedir.

2. DÇYK'da bulunan çizgi filmlerin işitme engelli çocuklar tarafından da takip edilmesi ve bir farkındalık hareketi oluşturması bakımından içeriklere işaret dili opsiyonunun eklenmesi gerekmektedir.

3. Özellikle sosyal medyanın rol model oluşturmadaki etkisi göz önüne alındığında DÇYK'da siyer konusu ile ilgili içeriklerin daha çok yer alması gerekmektedir.

4. DÇYK'da bulunan çizgi filmler ile ilgili araştırmanın kanalda bulunan eksiklikler başlığı altında yer alan çizgi film, şekil, içerik ve diğer temasındaki eksikliklerin düzeltilmesi oldukça önemli olarak görülmektedir.

5. DÇYK'da bulunan içerikler büyük oranda okulöncesi dönem çocuklarına uygun olsada burada bulunan bazı içerikler daha büyük yaştaki çocuklara hitap edebilmektedir. Halihazırda kanalda yer alan bazı içeriklerin yaş gruplarına göre sınıflandırıldığı görülmektedir⁴². Fakat bu durum bütün içerikler için geçerli değildir. Bu sebepten ötürü içeriklerin yaş kategorilerine göre sınıflandırılması izleyicilerin istedikleri içeriklere ulaşması noktasında oldukça faydalı olacaktır.

⁴¹ Ceylan, *Ortaokul öğrencilerine yönelik bir eğitsel YouTube kanalının tasarım ve program öğeleri açısından içerik analizi ve izleyici görüşleri*, 176.

⁴² Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB), "Diyanet Çocuk, Dini Hikaye - Öykü Zamanı Oyun Zamanı", (27 Mart 2024)

Kaynakça

- Akdağ, Fatma. *4-6 Yaş Grubu Kur'an Kursları Üzerine Bir Araştırma (Denizli İli Örneği)*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek Lisan Tezi, 2022. <https://Avesis.Deu.Edu.Tr/Yonetilen-Tez/809d406d-29f8-42bb-Becb-35b4707b5f7d/4-6-Yas-Grubu-Kuran-Kurslari-Uzerine-Bir-Arastirma-Denizli-İli-Ornegi>
- Aksürmeli, Mehmet. “The Proliferation of Non-Mainstream Islam on The Web: The Case of Turkish Preaching Videos on Youtube With Reference To The Videos of Ebu Hanzala”. *İlahiyat Akademi Dergisi* 5 (2017), 225-238.
- Arlı, Burcu. *Milli Eğitim Bakanlığı Mevzuatında Yer Alan Kök Değerler Açısından Harfler Köyü Çizgi Filminin İncelenmesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022.
- Aytaçlı, Berrak. “Durum Çalışmasına Ayrıntılı bir Bakış”. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 3/1 (2012), 1-9.
- Bedir, Abdullah. *Sosyal Medya Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016.
- Boyd, Danah M. - Ellison, Nicole B. “Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship”. *Journal Of Computer-Mediated Communication* 13/1 (Ekim 2007), 210-230. <https://Doi.Org/10.1111/J.1083-6101.2007.00393.X>
- Büyüköztürk, Şener vd. *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınları, 29. Basım, 2008.
- Ceylan, Çiğdem. *Ortaokul Öğrencilerine Yönelik Bir Eğitsel Youtube Kanalının Tasarım ve Program Ögeleri Açısından İçerik Analizi ve İzleyici Görüşleri*. Çanakkale: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2023. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Cihangir, Hasan Hüseyin. *Youtube'un Eğitim Ortamı Olarak Kullanımının İzleyici ve Eğitimci Bağlamında İncelenmesi*. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisan Tezi, 2021. <https://acikerisim-old.erbakan.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12452/7658>
- Constantinides, Efthymios - Fountain, Stefan J. “Web 2.0: Conceptual Foundations And Marketing Issues”. *Journal Of Direct, Data And Digital Marketing Practice* 9/3 (Ocak 2008), 231-244. <https://Doi.Org/10.1057/Palgrave.Dddmp.4350098>
- Çangal, Önder. “Dil Öğretiminde Youtube'un Kullanımı: Yabancılara Türkçe Öğretenlerin Deneyimleri ve Bakış Açıları”. *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* 10 (2021), 63-80. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1009040>
- Çinemre, Semra. “Diyanet TV Çizgi Filmlerinin 4-6 Yaş Grubu Kur'an Kursu Öğretim Programında Yer Alan Değerler Açısından İncelenmesi”. *Değerler Eğitimi Dergisi* 19/41 (2021), 207-243. <https://doi.org/10.34234/ded.857721>
- Çinemre, Semra. “Diyanet TV Çizgi Filmlerinin Din Eğitimine Katkısı Açısından İncelenmesi”. *Hitit İlahiyat Dergisi* 20/1 (2021), 81-108. <https://doi.org/10.14395/hid.865718>
- Çuhadar, Mustafa. “Türkiye’de Kamu Hizmeti Yayıncılığı Açısından Dinî Temalı Tv Programları ve Diyanet TV Program Türleri Üzerine Bir İnceleme”. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 2/2 (2019), 237-266.
- Duisebayeva, Dinara. *The use of English songs on YouTube to teach vocabulary to young learners*. Ankara: Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2014.

- Gall, Meridith D. vd. *Educational Research: An Introduction*. Usa: Pearson, 2006.
<https://Secure.Nodebox.Net/Gkjfduhfy/02-Yvonne-Kub/9780205488490-Educational-Research-An-Introduction-8th-Edition.Pdf>
- Geray, Haluk. *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. İstanbul: Ütopya Yayınevi, 1. Basım, 2003.
- Gören, Sema. *Medya Sosyolojisi Bağlamında Televizyon Ve Youtube Platformlarının Karşılaştırılması*. Karaman: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisan Tezi, 2023.
<https://earsiv.kmu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11492/7687/G%c3%b6ren%2c%20Sema.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Güney, Çiğdem. *Çizgi Filmlerde Değer Yüklü Mesajlarda İçerik Analizi: Şeker Hoca ve Yusuf'un Dünyası Örneği*. Çorum: Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=pIEL2tGAOvManZBX7Vwy7A&no=RnJug4gHIAZftih6GZR7qg>
- Kalkan, Adnan. *Teknoloji Bağımlılığı ve Bilinçli Medya Kullanımı*. İstanbul: Ensar Neşriyat, 1. Basım, 2021.
- Kaygısız, Esra Gökçen. "Mobbing İn Social Media: Analyse Youtube And Twitter Users' Comments". *Business & Management Studies: An International Journal* 11/1 (2023), 226.
<https://doi.org/10.15295/bmij.v11i1.1111>
- Kılıç, Burcu Özbek Nilgün Sofuoğlu. "Çocuk Öznelerin Youtube ve Youtuberlık Algısı (Aydın İli Örneği)". *Social Sciences Studies Journal (Sssjournal)* 6/62 (2022), 2000-2012.
<https://doi.org/10.26449/sss.j.2304>
- Kırık, Ali Murat - Altun, Ersin. "Youtube Üzerinden Ürün Yerleştirme Stratejisi: Deniz Adam Örneği". *2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Eğlence ve Ürün Yerleştirme*. ed. Gülay Öztürk vd. 1/113-123. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, 1. Basım, 2018.
https://www.researchgate.net/publication/325594484_Youtube_Uzerinden_Urun_Yerlestirme_Stratejisi_Deniz_Adam_Ornegi
- Moghavvemi, Sedigheh Vd. "Social Media As A Complementary Learning Tool For Teaching And Learning: The Case Of Youtube". *The International Journal of Management Education* 16/1 (2018), 37-42. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2017.12.001>
- Nazlı, Esra. "Televizyon ve Youtube Kanallarında Yayınlanan Dini Programların Ramazan Ayında Oluşturdukları İçeriklerin İncelenmesi". *Dicle İlahiyat Dergisi* 26/1 (2023), 183-195.
<https://doi.org/10.58852/dicd.1288286>
- Özcan, Gizem. "Çocuk Hakları İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Çocuk Youtube Kanalları". *Disiplinlerarası Çocuk Hakları Araştırmaları Dergisi* 3/5 (2023), 72-80.
- Özkonuk, Burcu. *Çocukluk Sosyolojisi Bağlamında Çocuk Özneler İçin Youtube ve Youtuber Olmak Üzerine Bir İnceleme*. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisan Tezi, 2019. <https://Acikbilim.Yok.Gov.Tr/Handle/20.500.12812/251439>
- Özuz, Elif. *Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde Youtuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisan Tezi, 2018. <https://Acikbilim.Yok.Gov.Tr/Handle/20.500.12812/462383>
- Rıjalı, Muhammad. *Pesan Dakwah Dalam Komedi" Keluarga Beti" Youtube Arif Muhammad*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Doktora Tezi, 2022. <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/30016/>
- Sayımer, İdil. *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları 1. Basım, 2008.

- Scott, David Meerman. *The New Rules Of Marketing And Pr: How To Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, And Viral Marketing To Reach Buyers Directly*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2009.
- Seven, Vural. “Sosyal Paylaşım Sitelerinin (Youtube–Facebook–Twitter) Haksız Rekabet Karşısındaki Durumu”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 16 (2014), 3343-3350.
- Soydan, Ersoy - Alpaslan, Nuray. “Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi”. *İstanbul Journal Of Social Sciences* 7 (2014), 53-64.
- Tüken, Yunus - Karateke, Tuncay. “An Evaluation of The Youtube Channel Contents of Ngos Carrying Out Non-Formal Religious Education Activities in The Context of Civil Religious Education”. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 10/1 (2023), 1-29.
<https://doi.org/10.46353/k7auifd.1260867>
- We Are Social. *Digital 2023 Global Overview Report*. USA: We Are Social, 2023.
<https://wearesocial.com/us/>
- Yayman, Ebru. *Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Oyun Bağımlılığı ve Aile İşlevleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisan Tezi, 2019.
<https://openaccess.izu.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12436/1571>
- AFAD, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı. “Afad - Youtube”. Erişim 22 Şubat 2024.
<https://www.youtube.com/>
- DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Dini Hikâye- Öykü Zamanı Oyun Zamanı (4+ Yaş) @Diyanetdijital”. Haz. Diyanet Çocuk. Yayın Tarihi 28 Mart 2024.
<https://www.youtube.com/watch?v=oaipny2ixu0>
- DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Diyanet Basın Merkezi - Youtube”. Erişim 02 Mart 2022.
<https://www.youtube.com/>
- DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Diyanet Çocuk - Youtube”. Erişim 21 Mayıs 2023.
<https://www.youtube.com/>
- DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Gençlerin Dilinden - Youtube”. Erişim 02 Mart 2022.
<https://www.youtube.com/>
- DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Diyanet Radyo - Youtube”. Erişim 02 Mart 2022.
<https://www.youtube.com/>
- DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Diyanet Yayınları - Youtube”. Erişim 02 Mart 2022.
<https://www.youtube.com/>
- DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Diyanet TV - Youtube”. Erişim 21 Mayıs 2023.
<https://www.youtube.com/>
- DİB, Diyanet İşleri Başkanlığı. “Türkiye Diyanet Vakfı - Youtube”. Erişim 02 Mart 2022.
<https://www.youtube.com/>
- Feyyaz TV. “Feyyaz Çocuk- Youtube”. Erişim 27 Mart 2024. <https://www.youtube.com/>
- İBB, İstanbul Büyükşehir Belediyesi. “İBB TV- Youtube”. Erişim 22 Şubat 2024.
<https://www.youtube.com/>
- Kanal 7. “Kanal 7 Çocuk - Youtube”. Erişim 27 Mart 2024. <https://www.youtube.com/>
- Rehber TV. “Rehber TV Youtube”. Erişim 27 Mart 2024. <https://www.youtube.com/>