

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL EĞİTİM ANA BİLİM DALI
OKUL ÖNCESİ EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**YOUTUBE YAYINCILARININ BEŞ YAŞ
ÇOCUKLARININ DİL GELİŞİMLERİ VE KONUŞMA
ALİŞKANLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN
İNCELENMESİ**

**NAZLİCAN TOKSOY
18748005**

**TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. ÖZKAN SAPSAĞLAM**

**İSTANBUL
2021**

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL EĞİTİM ANA BİLİM DALI
OKUL ÖNCESİ EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**YOUTUBE YAYINCILARININ BEŞ YAŞ
ÇOCUKLARININ DİL GELİŞİMLERİ VE
KONUŞMA ALIŞKANLARI ÜZERİNDEKİ
ETKİSİNİN İNCELENMESİ**

**NAZLİCAN TOKSOY
18748005
ORCID NO: 0000-0001-5789-5472**

**TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. ÖZKAN SAPSAĞLAM**

**İSTANBUL
2021**

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL EĞİTİM ANA BİLİM DALI
OKUL ÖNCESİ EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**YOUTUBE YAYINCILARININ BEŞ YAŞ
ÇOCUKLARININ DİL GELİŞİMLERİ VE
KONUŞMA ALIŞKANLARI ÜZERİNDEKİ
ETKİSİNİN İNCELENMESİ**

NAZLİCAN TOKSOY

18748005

Tezin Savunulduğu Tarih: 10. 02. 2021

Tez Oy Birliği ile Başarılı Bulunmuştur

Unvan Ad Soyad

Tez Danışmanı

: Doç. Dr. Özkan SAPSAĞLAM

Jüri Üyeleri

: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Nur TUĞLUK

Dr. Öğr. Üyesi Serhat GÜNDOĞDU

**İSTANBUL
2021**

ÖZ

YOUTUBE YAYINCILARININ BEŞ YAŞ ÇOCUKLARININ DİL GELİŞİMLERİ VE KONUŞMA ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Nazlıcan TOKSOY

Şubat, 2021

Okul öncesi eğitim dönemi, dil gelişimi açısından önemli gelişmelerin yaşandığı kritik bir süreçtir. Çocukların dil ve konuşma becerisi kazanmasında bireysel ve çevresel faktörler etkili olmaktadır. Medya, çevresel unsurlardan biri olmakla birlikte, çocuğun dil gelişiminin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Medya ve teknolojinin gelişmesiyle geleneksel medya yapıları, sosyal medya olarak adlandırılan yeni medya yapılarına evrilmiştir. Youtube, çocukların en fazla tanıdıkları sosyal medya platformudur. Model olarak öğrenmenin yoğun olduğu okul öncesi eğitim döneminde; çocukların etkileşim içerisinde oldukları Youtube yayıncıları tarafından kullanılan kelime ve kelime kombinasyonları, çocukların dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları için örnek teşkil etmektedir. Bu sebeple çalışma; Youtube yayıncılarının, beş yaş grubundaki çocukların dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerindeki etkisinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma, nitel araştırma yöntemi üzerine kurgulanmıştır. Youtube yayıncılarının beş yaş çocuklarının dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerine etkisinin derinlemesine incelenmesi amacıyla yapılan araştırma, nitel araştırma desenlerinden durum çalışması deseniyle gerçekleştirilmiştir. Amaçlı örnekleme yönteminin ve maksimum örnekleme tekniğinin kullanıldığı çalışmada, Kilis ili, merkez ilçesinde yer alan Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı resmi ana sınıfı ve bağımsız anaokulları, sosyoekonomik düzeylerine göre sınıflandırılmıştır. Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı okul öncesi eğitim kurumlarında eğitim gören; düşük, orta ve yüksek sosyoekonomik düzeyde yer alan toplam 60 çocuk araştırmanın çalışma grubunu oluşturmuştur. Araştırma verileri araştırmacı tarafından toplanmış, veri toplama aracı olarak; yarı yapılandırılmış görüşme formu, Youtube güncesi ve drama etkinlik planı kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma sonucunda, Youtube yayıncılarının, çocukların dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerinde etkili olduğu, Youtube yayıncıları tarafından kullanılan kelime ve kelime kombinasyonlarının çocuklar tarafından hatırlandığı ve günlük yaşamda kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Okul öncesi dönem, dil gelişimi, konuşma, Youtube, Youtube yayıncısı

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE EFFECT OF YOUTUBERS ON THE LANGUAGE DEVELOPMENT AND SPEECH HABITS OF CHILDREN IN THE AGE GROUP OF FIVE

Nazlıcan TOKSOY

February, 2021

Preschool period is a critical period of important developments in language development. Individual and environmental factors are effective in children's language and speaking skills. Media is one of the environmental factors, it influences the child's language development. With the development of media and technology, traditional media structures have evolved into new media structures called social media. Youtube is the social media platform children know the most. In the preschool education period where learning by modeling is intense; The word and word combinations used by the Youtubers with whom children interact are exemplary for children's language development. For this reason, the study was conducted to examine the effects of Youtubers on the language development and speaking habits of children in the age group of five. The research is based on qualitative research method. In order to examine the effects of Youtubers on the language development and speaking habits of five year old children in depth, the research was carried out in a case study design, one of the qualitative research designs. In the study where purposeful sampling method and maximum sampling technique were used, official preschool class and independent preschool affiliated to the Ministry of National Education located in the central district of Kilis province were classified according to their socio-economic levels. In study in pre-school education institutions affiliated with the Ministry of National Education; A total of 60 children belonging to the low, middle and high economic groups constituted the study group of the study. The research data were collected by the researcher and semi-structured interview form, drama activity plan and Youtube diary were used as data collection tools. The data obtained from the drama activity plan, semi-structured interview form and Youtube diary. Content analysis methods were preferred in the analysis of the research data. As a result of the research, it was determined that Youtubers are effective on children's language development and speaking habits and the word and word combinations used by Youtubers are remembered by children and used in their daily lives.

Keywords: Preschool period, language development, speech, Youtube, Youtuber

ÖN SÖZ

Tez sürecimde bilgi ve deneyimleri ile bana rehberlik eden, hayalini kurduğum kapıların açılmasında destek olan, araştırmalarını mihenk taşı olarak değerlendirdiğim ve desteğini her zaman hissettiğim değerli hocam Doç. Dr. Özkan SAPSAĞLAM' a içten bir teşekkürü borç bilirim.

Yüksek lisans sürecimde ve öğretmenlik maceramda bana her zaman destek olan, bu süreci daha özgüvenli bir şekilde geçirmeme yardımcı olan değerli müdirem Gönül ÇELEN' e; bilgi ve tecrübelerini benden esirgemeyerek akademik gelişimimi destekleyen idarecilerim Özgür ÇAKMAK ve İsmail ÖZTÜRK' e gönülden teşekkür ederim.

Veri toplama araçlarının geliştirilmesi sürecinde değerli fikirleri ile çalışmaya katkı sunan uzmanlarımıza teşekkür ederim.

Uzun yolları birlikte aştığım, akademideki yol arkadaşım ve dostum Demet AYDIN' a teşekkür ederim.

Her konuda yanımda olduklarını ve olacaklarını bildiğim, tez sürecimde yoğun psikolojik desteklerini hissettiğim çocukluk arkadaşlarım Sevim LEVENT ve Buket CANPOLAT' a teşekkür ederim.

Tezimin düzenlenmesinde bana yardımcı olan, manevi desteklerini her zaman hissettiğim değerli dostlarım Abdulkaki AKTAŞ ve Yasemin AKTAŞ' a teşekkür ederim.

Tez sürecimde bana inanan ve psikolojik desteklerini her zaman hissettiğim değerli dostlarımdan oluşan Ada Ekibi' ne teşekkür ederim.

Yoğun geçen tez sürecimde hayatımı kolaylaştıran, manevi destek olan ve çalışmamı daha nitelikli bir şekilde sunmama yardımcı olan sevgili Mehmet Serdal ELMACI' ya teşekkür ederim.

Teşekkürlerin en büyüğü ise küçük yaşlardan itibaren çalışmanın ve erdemli olmanın önemini bana aşılayan, maddi ve manevi desteklerini her zaman hissettiğim, aldığım her kararda yanımda olan, çok sevdiğim aile üyelerim; annem Nilgün TOKSOY, babam Hüseyin TOKSOY ve kardeşim Emircan TOKSOY' a...

İstanbul; Şubat, 2021

Nazlıcan TOKSOY

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
ÖN SÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLOLAR LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR	xi
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi	1
1.2. Araştırmanın Amacı	2
1.3. Araştırmanın Önemi	3
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	4
1.5. Varsayımlar	4
1.6. Tanımlar	4
1.6.1. Dil Gelişimi	4
1.6.2. Sosyal Medya	4
1.6.3. Youtube Yayıncıları	4
2. KURAMSAL ÇERÇEVE.....	5
2.1. Dilin Tanımı ve Önemi	5
2.2. Dilin Bileşenleri	6
2.3. Dil Gelişim Dönemleri	7
2.3.1. Agulama Dönemi (0-12 Ay)	7
2.3.1.1. Ağlama Evresi (0-2 Ay)	7
2.3.1.2. Babıldama Evresi (2-6 Ay)	8
2.3.1.3. Çağıldama (Heceleme) Evresi (6- 12 Ay).....	9
2.3.2. Tek Sözcük Dönemi (12-18 Ay)	10
2.3.3. Telgrafik Konuşma Dönemi (18 Ay- 24 Ay)	11
2.3.4. İlk Gramer Dönemi (24- 60 Ay)	11
2.4. Dil Gelişimi ile İlgili Yaklaşımlar	12
2.4.1. Davranışçı Yaklaşım	13
2.4.2. Psikolinguistik Yaklaşım	13
2.4.3. Etkileşimci Yaklaşım	14
2.5. Dil Gelişimini Etkileyen Faktörler.....	16
2.5.1. Kalıtım	16
2.5.2. Zeka.....	17
2.5.3. Cinsiyet	17
2.5.4. Sağlık	17
2.5.5. Aile	18
2.5.6. Sosyoekonomik Farklılıklar	18
2.5.7. Çevre	19

2.5.7.1. Medya ve Teknoloji	19
2.6. İnternet ve Tarihsel Gelişimi.....	21
2.6.1. Web 2.0.	23
2.6.2. Sosyal Medya Kavramı ve Araçları	24
2.6.3. Youtube	25
2.6.3.1. Youtube Yayıncısı Kavramı.....	26
2.7. Dil Gelişimi ve Youtube Yayıncıları	27
2.8. İlgili Araştırmalar.....	28
2.8.1. Okul Öncesi Dönemde Dil Gelişimi İle İlgili Yapılan Araştırmalar	28
2.8.2. Youtube Yayıncıları ile İlgili Yapılan Araştırmalar	30
3. YÖNTEM.....	32
3.1. Araştırmanın Modeli	32
3.2. Çalışma Grubu	32
3.3. Veri Toplama Araçları	34
3.3.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu	34
3.3.2. Youtube Güncesi.....	35
3.3.3. Drama Etkinlik Planı.....	35
3.4. Veri Toplama Süreci	36
3.5. Verilerin Analizi.....	37
4.BULGULAR	38
4.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formuna İlişkin Bulgular	38
4.2. Youtube Güncesine İlişkin Bulgular	52
4.3. Drama Etkinlik Planında Yer Alan Sorulara İlişkin Bulgular	65
5. SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER	70
KAYNAKÇA	78
EKLER.....	92
Ek. 1. Araştırma İzin Belgesi	92
Ek. 2. Veli Onam Formu	93
Ek. 3. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu.....	94
Ek. 4. Drama Etkinlik Planı	97
Ek. 5. Youtube Güncesi	101
ÖZ GEÇMİŞ.....	102

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Youtube İçerik Kategorileri	26
Tablo 2: Çalışma Grubundaki Ebeveynlerin Demografik Özellikleri	33
Tablo 3: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Evde Nasıl Zaman Geçirdiklerine İlişkin Kategoriler	41
Tablo 4: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Telefon / Tablet / Bilgisayarda Neler Yaptıklarına İlişkin Verdikleri Yanıtlar.....	44
Tablo 5: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Youtube'da Hangi Videoları İzlediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar.....	47
Tablo 6: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Videodaki Kişilerin Neler Söylediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar.....	51
Tablo 7: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Youtube Platformunda Zaman Geçirme Süreleri	55
Tablo 8: Düşük Sosyoekonomik Düzeydeki Çocukların Youtube Yayıncılarını İzledikten Sonra Her Zamankinden Farklı Olarak Söylediği Kelimeler.....	62
Tablo 9: Orta Sosyoekonomik Düzeydeki Çocukların Youtube Yayıncılarını İzledikten Sonra Her Zamankinden Farklı Olarak Söylediği Kelimeler.....	63
Tablo 10: Yüksek Sosyoekonomik Düzeydeki Çocukların Youtube Yayıncılarını İzledikten Sonra Her Zamankinden Farklı Olarak Söylediği Kelimeler.....	64

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Dilin Bileşenleri	6
Şekil 2: Kronolojik Yaşa Göre Dil Gelişim Dönemleri.....	7
Şekil 3: Yaşa Göre Kullanılan Kelime Sayısı (0-6 Yaş)	12
Şekil 4: Piaget'e Göre Çocukların Konuşma Biçimleri.....	15
Şekil 5: Vygotsky'e Göre Çocuk Konuşma Aşamaları	16
Şekil 6: Medyaya Harcanan Zaman.....	20
Şekil 7: Küresel İnternet Kullanım Verileri.....	22
Şekil 8: Web 2.0.'de İçerik Oluşturucudan Tüketicie Giden Yollar	23
Şekil 9: En Fazla Kullanılan Sosyal Medya Platformları	24
Şekil 10: Youtube Verilerinin İncelemesi	25
Şekil 11: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Duruma Göre Dağılımı	33
Şekil 12: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Evde Nasıl Zaman Geçirdiklerine İlişkin Kategoriler	38
Şekil 13: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Evde Nasıl Zaman Geçirdiklerine İlişkin Kategoriler.....	40
Şekil 14: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Telefon / Tablet / Bilgisayarda Neler Yaptıklarına İlişkin Verdikleri Yanıtlar.....	42
Şekil 15: Çocukların Cinsiyete Göre Telefon / Tablet / Bilgisayarda Neler Yaptıklarına İlişkin Verdikleri Yanıtlar	43
Şekil 16: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Youtube'da Hangi Videoları İzlediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar.....	45
Şekil 17: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Youtube'da Hangi Videoları İzlediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar	46
Şekil 18: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Videodaki Kişilerin Neler Söylediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar.....	48
Şekil 19: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Videodaki Kişilerin Neler Söylediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar	50
Şekil 20: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Youtube Platformunda Zaman Geçirme Süreleri	52
Şekil 21: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Youtube Platformunda Zaman Geçirme Süreleri	54
Şekil 22: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Birinci Gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar.....	56
Şekil 23: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Birinci Gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar	57
Şekil 24: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre İkinci gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar.....	58
Şekil 25: Çocukların Cinsiyetlerine Göre İkinci Gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar	59
Şekil 26: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Üçüncü Gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar.....	60

Şekil 27: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Üçüncü Gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar	61
Şekil 28: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Drama Etkinliğinde Olmak İstedikleri Karakter.....	65
Şekil 29: Çocukların Cinsiyete Göre Drama Etkinliğinde Olmak İstedikleri Karakter	66
Şekil 30: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Hoşuna Giden Bir Şey Görseller Hangi Hayvan Gibi Davranacakları	66
Şekil 31: Çocukların Cinsiyetine Göre Hoşuna Giden Bir şey Görseller Hangi Hayvan Gibi Davranacakları.....	67
Şekil 32: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Kaplumbağa Kamerasına Söylemek İstedikleri.....	68

KISALTMALAR

MEB:	Millî Eğitim Bakanlığı
MEGEP:	Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi
TDK:	Türk Dil Kurumu
TÜİK:	Türkiye İstatistik Kurumu
www:	World Wide Web

1. GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Problemi

Okul öncesi eğitim dönemi; çocuğun, farklı gelişim alanlarında önemli gelişmeler kaydettiği, öz bakım becerilerini kazandığı ve kişilik yapısının temellerinin oluşmaya başladığı kritik bir süreçtir (Sapsağlam, Ömeroğlu, 2016, 1263; Yaşar, Aral, 2010, 202). Gönen ve Balat (2002, 163), okul öncesi döneminin, çocuğun gelişim alanlarının her yönüyle desteklenmesi gereken en önemli yıllar olduğunu belirtmektedir. Bu gelişim alanlarından biri de dil gelişimidir (Yeşilyaprak, 2019, 111). Dil, kişiler arası duygu, düşünce ve eğilim iletimini ve kültür aktarımını mümkün kılar (Dağabakan, Dağabakan, 2007,1). Demirkan Baytar (2014, 33-51), tarafından dil gelişimi sorunlarında bakıcının rolünü belirlemeye yönelik yapılan araştırmada, dili etkileyen faktörler; zeka, kalıtım, çevre ve çeşitli etmenler olarak ifade edilmiştir. Çocuğa çevresel etmenler kategorisinde etki eden medya ve teknoloji, çocuğu küçük yaşlardan itibaren etkilemektedir (Büyükbaykal, 2007, 32; Kılınç, Kılınç 2014, 13).

Teknoloji vasıtasıyla geleneksel medyadan yeni medyaya evrilen yeni yapılar ortaya çıkmıştır (Kırık, 2013, 81). Bu yapılardan biri de sosyal medya araçlarıdır (Okumuş, 2018, 20). Dünya çapında yaygın olan sosyal medya araçlarına Facebook, Flickr, LinkedIn, Myspace, Twitter ve Youtube örnek gösterilebilir (Effing, Hillegersberg, Huibers, 2011, 25; Stein, 2013, 353).

Sapsağlam (2018, 734) tarafından gerçekleştirilen çalışmaya göre, çocukların en fazla tanıdıkları sosyal medya platformunun Youtube olduğu tespit edilmiş, Sancılı ve Sapsağlam (2019, 2388) tarafından yapılan araştırmada ise çalışma grubunda yer alan çocukların büyük bölümünün günde 1 saatin üzerinde Youtube’da vakit geçirdiği belirtilmiştir. Çocuklar birçok alanda gelişimlerini model alma yoluyla öğrenmeler ile gerçekleştirmektedir (Çubukçu, Gültekin, 2006, 157). Çocukların bu denli uzun vakit geçirdikleri çevrimiçi ortamlar, çocukların gözlemleyerek davranışlarını öğrenecekleri modeller sunmaktadır.

Televizyon karakterleri, sosyal medya içerik üreticileri ve Youtube yayıncıları; çocuğa model alabilecekleri karakterler sunar. Aktaş ve Şahin (2019, 11)'in, gerçekleştirdikleri araştırmada, örneklem grubunda yer alan 48-72 aylık çocukların tamamına yakınının telefon, tablet ya da bilgisayardan en az biri ile zaman geçirdiği, Hourcade ve diğerlerinin (2015, 1923) yaptığı çalışmadan aktardıklarına göre ise iki yaşındaki çocukların dahi yüzde 90'ından fazlasının Youtube'u kullanabilme davranışı gösterdiği tespit edilmiştir. Uğur ve Gökler (2019), inceledikleri Youtuber videolarının %67.3'ünde küfür ve argo ifadelerin tespit edildiğini ifade etmiş, Sancılı ve Sapsağlam (2019, 2389)'ın yaptığı çalışmada ise çocukların ebeveynleri; çocuklarının Youtuberları izledikten sonra daha saldırgan bir dil kullandığını gözlemlediklerini aktarmıştır.

Araştırma bulgularından da anlaşılacağı üzere, çocuklar geçmiş yıllara göre bugün daha fazla ekran kullanımına maruz kalmakta ve sıklıkla Youtube yayıncılarını takip etmekte. Model olarak öğrenmenin yoğun olduğu okul öncesi dönemde; çocukların Youtube yayıncıları tarafından kullanılan kelime ve kelime kombinasyonları çocuklar için örnek teşkil etmektedir. Bu durumun çocukların dil ve konuşma süreçlerine nasıl yansıdığı ise henüz bilinmemektedir. Araştırma kapsamında bu problem durumunun boyutu, sonuçları ve olası çözüm önerileri belirlenmeye çalışılacaktır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma Youtube yayıncılarının beş yaş grubundaki çocukların dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerindeki etkisinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın problem cümlesi 'Youtube yayıncılarının beş yaş çocuklarının dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerine etkisi var mıdır?' olarak belirlenmiştir. Belirlenen problem durumu doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Youtube yayıncılarının beş yaş grubu çocuklarının konuşma alışkanlıkları üzerinde etkisi var mıdır?
2. Youtube yayıncılarının beş yaş grubu çocuklarının dil gelişimi üzerinde etkisi var mıdır?
3. Youtube yayıncılarının beş yaş grubu çocuklarının konuşma alışkanlıkları ve dil gelişimi üzerine etkisi demografik özelliklere göre farklılaşmakta mıdır?

4. Youtube yayıncılarının beş yaş grubu çocuklarının konuşma alışkanlıkları ve dil gelişimi üzerine etkisi sosyoekonomik düzeye göre farklılaşmakta mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Dil, iletişim kurmak için araç olarak kullanılan ses, simge ve kelime birimlerini içeren insana özgü sistemdir (Megep, 2013, 3). Dil gelişiminin yetersiz olması durumunda çocuk, kişilerarası ilişki kurmakta zorlanacak ve bu sorun sosyal izolasyona sebep olarak diğer gelişim alanlarını olumsuz etkileyecektir (Demirkan Baytar, 2004, 80).

Dil, insanlar için güçlü bir iletişim aracıdır (Temiz, 2002, 1). Bu sebeple çocuk tarafından kullanılan kelime ve kelime kombinasyonları önemlidir. Sapsağlam (2018, 734), tarafından gerçekleştirilen ve okul öncesi dönem çocuklarını kapsayan araştırmada, çocukların en fazla tanıdıkları sosyal medya aracı 'Youtube' olarak belirlenmiştir.

Sancılı ve Sapsağlam (2019, 2391) tarafından Youtuberların çocukların günlük yaşamındaki etkilerinin incelenmesine yönelik olarak yapılan ebeveyn görüşmelerinde; ebeveynler, çocuklarının sıklıkla 'Merhaba arkadaşlar', 'Size bugün ... tanıtacağım' kalıplarını kullandıklarını belirtmişlerdir. Aynı çalışmaya göre, çalışma grubunda yer alan çocuklar Youtube'da günde 1 saatin üzerinde vakit geçirmektedir. Youtube karşısında geçirilen sürenin uzunluğu dikkate alındığında, Youtube yayıncılarının çocuk üzerindeki etkisi önem kazanmaktadır.

Alan yazın incelendiğinde, okul öncesi dönemde dil gelişimi temelinde yapılan çalışmalar; bakıcının dil gelişimindeki rolü (Demirkan Baytar, 2014), ebeveynlerin dil gelişimindeki rolü (Koşku, 2019), dil gelişimi ve sosyal beceri değişkenlerinin araştırılması (Aslan, 2019), araştırmacı tarafından geliştirilen programın dil gelişimine etkisi (Ataseven, 2019; Muslugüme, 2016), teknolojik alet kullanımının dil gelişimine etkisi (Özkılıç Kabul, 2019), tercih edilen oyun türünün dil gelişimine etkisi (Kaçar, 2016), okul öncesi eğitimin dil gelişimine etkisi (Temiz, 2002), kitapların dil gelişimi açısından değerlendirilmesi (Dayan Tokgöz, 2006), resimli kitapların ve okuma tekniklerinin dil gelişimi ile ilişkisi (Deniz, 2018; Şimşek, 2017), diyaloga dayalı hikaye okuma tekniğinin dil gelişimine etkisi (Tetik, 2015) olarak belirlenmiştir.

İlgili literatür tarandığında Youtube yayıncılarının okul öncesi dönemde çocukların dil gelişimi ve konuşma alışkanlıklarına etkisinin araştırıldığı herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple, Youtube yayıncılarının beş yaş grubundaki çocukların dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerine etkisinin incelenmesine ilişkin bulgular içermesi ve daha önce çalışılmamış özgün bir konuyu ele alması yönüyle araştırmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmanın sınırlılıkları:

- Çocukların dil gelişimi ve konuşma alışkanlıklarına etki eden diğer faktörleri işleme alamaması,
- Çalışma grubunda yer alan;
 1. Çocuklar ve ebeveynler,
 2. Veri toplama araçları,
 3. Çalışma grubundan elde edilen verilerle sınırlıdır.

1.5. Varsayımlar

Araştırmanın çalışma grubunda yer alan katılımcılardan elde edilen verilerin doğal ve gerçek durumlarını yansıttığı varsayılmaktadır.

1.6. Tanımlar

1.6.1. Dil Gelişimi

Dil gelişimi, dil edinim süreci ve dili kullanarak iletişim kurabilme becerisidir (Owens, 2001).

1.6.2. Sosyal Medya

Sosyal medya, web tabanlı teknolojiler vasıtasıyla bireylerin ve toplulukların, içerik paylaşım, tartışım, değiştirebilecekleri platformlardır (Kietzmann ve diğ., 2011)

1.6.3. Youtube Yayıncıları

Youtube yayıncıları, sosyal medya platformlarında önemli sayıda takipçi veya abone toplamış insanlar, micro ünlülerdir (Driessens, 2016).

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Dilin Tanımı ve Önemi

Dil, kişiler arası karşılıklı iletişim ortamı sağlayan, bilgi aktarımını mümkün kılan, anlatım yoludur (Güncel Türkçe Sözlük, 2020). Yapıcı (2004, 1)'ya göre dil, insanın doğumuyla beraber kendisini içinde bulduğu, yaşamla bütünleşik bir ifade aracıdır. Dil, iletişimin temeli, sosyalleşmenin simgesi ve yönlendiricisidir (Temizyürek, 2008, 170). Ergenç de (2008, 3) dili, sosyal gelişme sürecinde oluşturulan kodlar olarak tanımlamıştır.

Sosyal bir varlık olan insanın, başkalarıyla sosyalleşme süreci dile dayanır ve dil insanların sosyal yaşamları için önemlidir (Ergin, 2012, 1-2; Yeşilyaprak, 2019, 103). Dilin birincil işlevi insanların birbirlerine bilgi aktarmaları ve birbirlerinden bilgi talep etmelerine olanak sağlamaktır (Armstrong, Ferguson, 2010, 482). Dil bilimcilere göre dilin fonksiyonları; arzu, istek, heyecan, duygu ifadesi ve durum açıklamadır (Megep, 2013,4). Konuşma, dinleme, yazma ve okuma becerileri de dilin işlevleri arasındadır (Onan, 2010, 532).

Dilin alıcı dil (reseptif dil) ve ifade edici dil (ekpresif dil) olmak üzere iki boyutu vardır (Karacan, 2000, 263). Dilin kazanılma ve kullanılma aşamalarında, alıcı dil ve ifade edici dil önem arz etmektedir (Demirhan Baytar, 2014, 4). İfade edici dil, alıcı dilden sonra gelişmektedir (Can, 2009, 42).

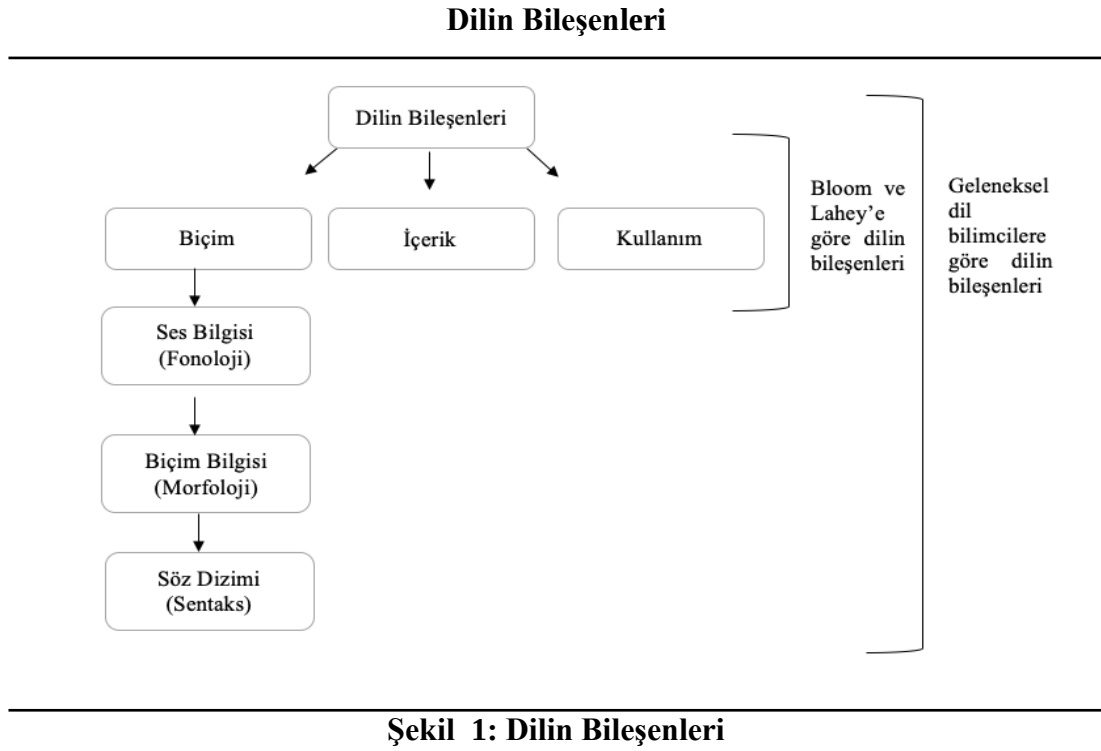
Alıcı dil: Sesleri ayırt etme ve cümlelerin gramer yapısını anlamayı içeren, diğerleri tarafından söylenenleri algılayma yeteneğidir (Yapıcı, 2004, 5). Gönen (1988,10), tarafından alıcı dil, tanıyarak anlama davranışı olarak ifade edilmiştir. Alıcı dil sorununa sahip olan çocuklar, kelimeleri anlamakta güçlük çektiği için sesleri duymazdan gelme ve içlerine kapanık bir tutum sergileme eğilimi göstermektedir (Tepeli, Karadeniz, 2013, 74).

İfade Edici Dil: İfade edici dil, bireyin diğer bireylerle iletişim kurarken kullandığı dildir (Şimşek, 2017, 17). Dereli (2003, 7), ifade edici dili, bireyin dili kullanabilmesi olarak tanımlamıştır. İfade edici dil sorununa sahip çocuklar; kelime üretmekte zorluk

çeker, dil bilgisi zayıftır, kelime dağarcıkları kısıtlıdır ve kısa cümleler kurarlar (Demirkan Baytar, 2014, 82; Tepeli, Karadeniz, 2013, 74).

2.2. Dilin Bileşenleri

Dilin bileşenleri, farklı araştırmacılar tarafından sınıflandırılmıştır. Dilin bileşenlerinin farklı araştırmacılara göre sınıflandırılması Şekil 1: de verilmiştir.



Bloom Lois, Lahey Margaret, **Language Development and Language Disorders**' 11'den; Topbaş Seyhun, **Dil ve Kavram Gelişimi**. (Ankara: Kök Yayıncılık), 29'dan uyarlandı.

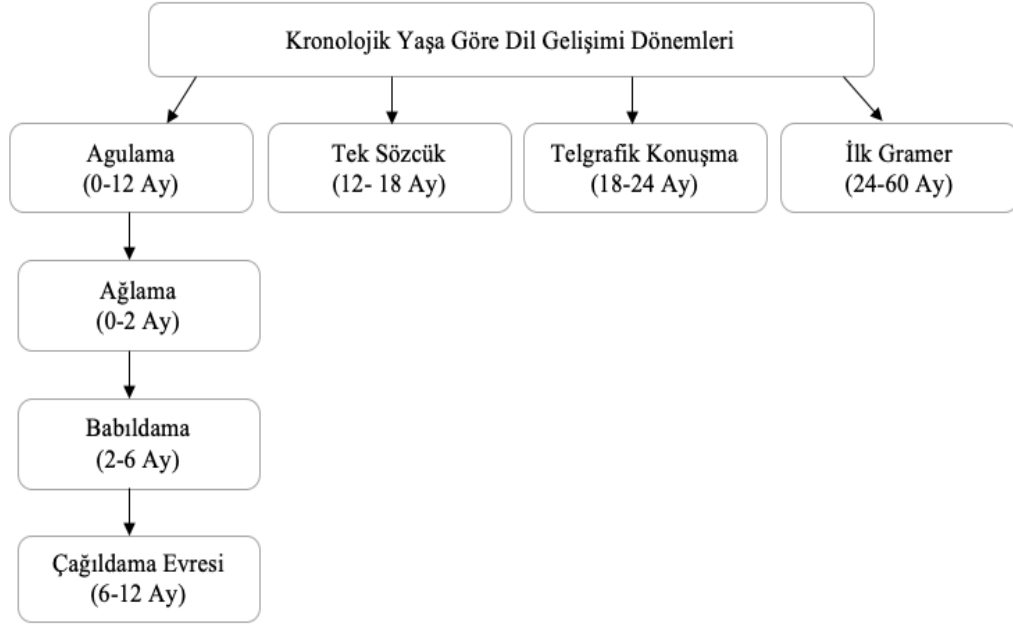
Bloom ve Lahey (1978, 11) dilin; biçim, içerik ve kullanım olmak üzere üç bileşeni olduğunu kabul ederken; geleneksel dilbilimciler, anlambilgisi (semantik), ses bilgisi (fonoloji), biçimbilgisi (morfoloji), sözdizim (sentaks) ve edimbilgisi (pragmatik) olmak üzere beş bileşeni olduğunu kabul ederler (Topbaş, 2019, 29).

Anlambilgisi (semantik), dilin anlamlarını ve anlamların zaman içindeki değişimlerini (Gerrig, Zimbardo, 2013, 314) ; ses bilgisi (fonoloji), bir dilde var olan konuşma seslerinin dizisel ve dizimsel ilişkilerini belirleyen kuralları (Topbaş, 2019, 31); biçimbilgisi (morfoloji), dilde mevcut bulunan kelime ve şekilleri (Güneş, 2013, 73); sözdizim (sentaks), kelimelerin anlamlı yapılar şeklinde düzenlenmesini (Akın Şenkal, 2018, 16); edimbilgisi (pragmatik), sosyal açıdan dilin kullanımına ilişkin özellikleri çevreleyen kuralları içerir (Baykoç, 2015, 341).

2.3. Dil Gelişim Dönemleri

Kronolojik yaşa göre dil gelişim dönemleri Şekil 2: de gösterilmiştir.

Kronolojik Yaşa Göre Dil Gelişim Dönemleri



Şekil 2: Kronolojik Yaşa Göre Dil Gelişim Dönemleri

Akın Şenkal, Özgül. 2018. *Dil Gelişimi ve Dil Gecikmesi*. (Ankara: Akademisyen Kitapevi), 49'dan uyarlandı.

Kronolojik yaşa göre gelişim dönemleri, ağlama, babıldama ve çağıldama evresini içine alan agulama dönemi; tek sözcük, telgrafik konuşma ve ilk gramer dönemi olarak sınıflandırılmıştır (Akın Şenkal, 2018, 49). İnsanlarda vokal iletişim, ağlama, cıvılda b biçiminde başlayıp; bu sesleri heceler, kelimeler ve cümleler takip eder (Yeşilyaprak, 2019, 106).

2.3.1. Agulama Dönemi (0-12 Ay)

Agulama Dönemi; Ağlama (0-2 ay), babıldama (2-6 ay) ve çağıldama (6-12 ay) evrelerinden oluşur (Akın Şenkal, 2018, 46).

2.3.1.1. Ağlama Evresi (0-2 Ay)

İşitme sistemi, yaklaşık yirmi beş haftalık gebelikte işlevsel hale gelir (Graven, Browne, 2008, 187). Fetüs sesi algılayan ve yanıtlayan olgun bir işitsel sisteme sahiptir

(Voegtline ve diğ., 2013, 526). Anne karnında bulunan yedi aylık bir fetüsün dahi duyduğu ve sese tepki verdiği bilinmektedir (Sığırtmaç, 2005, 30).

Yenidoğanların çıkardıkları ilk sesler ağlama sesleridir (Kol, 2011, 14). Yenidoğan bebekleri, doğumdan sonraki ilk üç gün içinde anne sesini ayırt edebilirler (Fifer, Moon, 1994, 86). Çocuğun çıkardığı ilk sesler ihtiyaçlarının bir göstergesidir ve bu seslerin bir bölümü konuşma için gerekliyken, bir bölümü gerekli değildir (Megep, 2013, 7).

Bebek dünyaya geldiğinde ağlarken bilinçsizce sesler çıkarır (Akın Şenkal, 2018, 46). Refleksif seslendirmeler olarak da adlandırılan bu dönemde çıkarılan sesler öksürme, ağlama, mızıldanma ve hapşıрма gibi doğal sesleri içermekle beraber refleksif özellikler taşımayan genizsi ve hecesel sesler de gözlenir (Topbaş, 2019, 88).

Bebekler ihtiyaçlarını ifade etme amacıyla ‘o-u-n-g-m’ gibi sesleri çıkarmaktadır (Yeşilyaprak, 2019, 107). Bu sesler, ilk üç hafta refleksif özellikler taşıırken, sonrasında uyarıcılarla ilişkili hale gelir (Yıldırım, 2008, 11). İletişim aracı görevi gören bu sesler, önce ihtiyaç karşılama sonrasında ise sosyalleşme amacı güder (Demirel Ercan, 2016, 130).

Bebeğin ikinci üç haftalık döneminde bebek, uyarıcı ile ilişkili farklılaşmış sesler çıkarır ve bu seslerin sebebi kestirilebilir (Megep, 2013, 7). Dil geliştikçe ağlama davranışında azalma gözlemlenmektedir (Yıldırım, 2008, 10).

Ağlama evresini, çocukların ünlü ve ünsüz sesleri bir arada çıkardıkları babıldama evresi takip eder (Demirel Ercan, 2016, 131; Yeşilyaprak, 2019, 107).

2.3.1.2. Babıldama Evresi (2-6 Ay)

İkinci ayın başlaması ile birlikte, bebekler agulama olarak adlandırılan sesler çıkarmaya başlar (Ayrancı Bağcı, 2018, 18). Bu dönem ünlü ünsüz tekrarlı sıralamaları andıran seslerin çıkarıldığı dönemdir (Çiyiltepe, Türkbay, 2004, 91; Topbaş, 2019, 88).

İkinci aydan itibaren bebekler, refleks olarak çıkarılan ‘a,e,i,u’ gibi sesleri ‘h,k,g,l’ gibi seslerle birleştirerek oynamaya başlar (Akın Şenkal, 2018, 6). Bu dönem ses oyunları evresi olarak da geçer ve ses denemeleri içerir (Topbaş, 2006). Bebekler, görme alanında konuşanı bulmaya çalışır ve ‘p,b,m’ seslerini kullanarak iki ve üstü farklı hece çıkarır (Karacan, 2000, 266). Bebek çıkardığı seslerin farkına vardığında,

bunu oyuna çevirir ve sesleri tanımaya çalışır (Baykal, 2018, 11). Bu dönemde çocukların kendi seslerini ve çevrelerindeki sesleri duyması önem taşımaktadır (Topbaş, 2019, 89).

Dördüncü aydan itibaren gagaga/, dadada/, bababa gibi telaffuz edebildiği sesleri çıkarır (Akın Şenkal, 2018, 6). Bu sıralı mırıldanmaların zamanlaması yetişkinlerinkine kıyasla yavaştır (Topbaş, 2019, 88). Babıldamalar, çocuğun ilk kelimeleri zannedilse de gerçek bir dil değildir ve babıldamaların birçoğu anlam taşımamaktadır (Canan, 2012, 10; Kol, 2011, 15).

Bu aya kadar olan gelişmelerin çoğu refleksif özellik göstermektedir (Akın Şenkal, 2018). Babıldama evresinde çıkarılan sesler evrensel ses niteliği taşır ve zamanla yerini anadiline bırakır (Demirel Ercan, 2016, 131). Babıldama evresini, bebeklerde sözel taklit ve tekrarın görüldüğü çağıldama evresi takip eder (Yeşilyaprak, 2019, 107; Yıldırım, 2008,13).

2.3.1.3. Çağıldama (Heceleme) Evresi (6- 12 Ay)

6-12 aylık dönem, bebeklerin başarılı bir şekilde kelime öğrenmesini sağlayacak türde fonolojik bilgiler edinmesi nedeniyle dil gelişiminde oldukça aktif bir dönemdir (Sebastiangalles, 2006, 240). Bebekler 6 ay sonrasında maruz kaldıkları dili anlamaya başlarlar (Jusczyk, Aslin 1995, 1).

Bebeklerin 9-12 aylıkken çıkardıkları sesler anadile ait özellikler taşıyan seslerdir (Temiz, 2002, 25). Bu dönemde bebek çevresindeki sesleri dinler ve taklit eder (Karacan, 2000, 266). Süreç içerisinde kullanılmayan sesler kaybolur, tekrar edilen sesler ise baskın bir hale gelir (Demirel Ercan, 2016, 131). Bu sebeple pekiştirme, bebeğin bu dönemdeki dil edinimi açısından önem arz etmektedir (Akın Şenkal, 2018 ,6).

Bebeklerin konuşma organları olgunlaşmıştır ve ilk hecelerini meydana getirmeye başlamışlardır (Yeşilyaprak, 2019, 107). Bebek, seslerle daha uzun süre oynar ve seslerin içerdiği duygulara göre tepki verir (Akın Şenkal, 2018, 7). Bu dönemde hece sıralamaları tekrarlı olmaktan uzaklaşarak çeşitli hale gelir. Farklı ezgi ve vurguları içeren uzun hece yapıları üretebilir ve bunları yetişkinlerinkine benzer ses tonu, hece uzunluğu, sesletim süresi ve ünlü ünsüz geçişleri ile kullanabilir (Topbaş, 2019, 89).

Bebeğin çıkardığı sesler, anlam yönünden irdelendiğinde bir amaç taşımaktadır (Baykal, 2018, 25). Bu amaç, sosyalleşme amacıdır ve bebek bu dönemde çevresindeki kişilerin kullandığı seslerin içerdiği duyguları ayırt edebilmektedir (Megep, 2013, 8).

Bebek, kendi adını tanır ve uzun ses yapıları ile oynar (Akın Şenkal, 2018, 7). Bu dönemde bebekler, yüksek/alçak ses tonlamalarına tepki vermekte, nesne ve varlıkları ifade edebilmek için ses ve heceler kullanmaktadır (Usta, 2019, 215-216). Bu aşamadan sonra bebekler, anadillerini öğrenmeye hazır hale gelirler (Megep, 2013, 9).

Çağıldama evresini, çocukların ilk kelimelerini oluşturduğu tek kelimelik cümleler kurduğu, tek sözcük dönemi takip etmektedir (Yeşilyaprak, 2019, 107-108).

2.3.2. Tek Sözcük Dönemi (12-18 Ay)

Bebeklerin çoğunlukla yakın çevresinden başlayarak ilişki içerisinde bulundukları nesne ve kişilerin isimlerini telaffuz etmeye çalıştıkları 12-18 ay arası dönem, tek sözcük dönemi olarak adlandırılmaktadır (Temizyürek, 2008, 171). Bebeğin çıkardığı sesler, bebeğin anadiline ait sesler olma özelliği taşımaktadır (Yıldırım, 2008,13).

İlk sözcükler, bebeğin yakın çevresinde bulunan insanlarla, hareket etme özelliği olan nesnelerle, tanıdık durumlarla ve bu durumların sonuçları ile ilgilidir (Megep, 2013,10).

Bu dönemde bebeğin, sözcük dağarcığı genişler ve ürettiği bir sözcük bazen bir cümle niteliği taşımaktadır ancak bebek tarafından telaffuz edilen sözcüklerinin gerçek bir sözcük olarak kabul edilmesi için bir nesneyi veya durumu niteleyerek doğru ve tutarlı kullanılması gerekmektedir (Megep, 2013, 9; Metin, 2008, 18).

Bebeğin anladığı kelime sayısı, kullandığı kelime sayısından daha fazladır (Yeşilyaprak, 2019, 108). Aynı zamanda bebek, günlük dilde işitilen kelimeleri kullanmaya başlamakta ve vurgu ve tonlama ediniminin temelleri atılmaktadır (Demirel Ercan, 2016, 131; Topbaş, 2019, 90).

Tek sözcükle, birden çok durumu niteleme olarak ifade edilen morgemler bu dönemde kullanılmaya başlanılmaktadır (Akın Şenkal, 2018, 48; Usta, 2019, 216). Bu dönemde kullanılan cuf cuf, hav hav gibi ses taklitleri, cümle yerine kullanılan ses tekrarlarıdır (Demirkan Baytar, 2014, 27). İletişim amacıyla kullanılan ses ve sözcüklerde artış görülmektedir (Topbaş, 2019, 90).

Tek sözcük dönemini bebeğin kelime kombinasyonlarını oluşturmaya başladığı telgrafik konuşma dönemi takip etmektedir (Akın Şenkal, 2018, 46; Yeşilyaprak, 2019, 108).

2.3.3. Telgrafik Konuşma Dönemi (18 Ay- 24 Ay)

Bebeklerin sözcükler arası ilişkiyi keşfetmeye başladıkları, kelime havuzlarının çoğunu isimlerin oluşturduğu 18- 24 ay arası dönemdir (Temizyürek, 2008, 171). Bu dönemde normal gelişim gösteren bebekler, iki kelimeyi yan yana getirip, basit kalıplı cümleler kurabilirler (Akın Şenkal, 2018,14). Sözcüklerin sonuna ‘-yor’ ve ‘-dı’ ifadeleri getirebilmekte ve kelime birleşimleri yapabilmektedirler (Yeşilyaprak, 2019, 108).

Bebekler iki kelimeli ifadeler üretmekte, basit yönergeleri almakta ve uygulamaktadır (Metin, 2008). Bu dönemde bebekler sözcükleri anlamına uygun kullanabilmekte ve iki-üç sözcükten oluşan bağlaçsız cümleler kurabilmektedir (Usta, 2019, 217). Bu cümleler isim ve fiilden oluşan, dilbilgisel eklerden yoksun cümlelerdir (Demirkan Baytar, 2014, 28).

Bu dönemde bebeklerin kelime sayılarında artış gözlemlenmektedir (Akın Şenkal, 2018, 46). Ses bilgisel örüntüler, sistematik ve düzenli biçimlerde sıralanmaktadır (Topbaş,2019, 91). Bebeklerin konuşmasında ilkel bir dilbilgisi sistemi başlamaktadır ve ilk ifadelerinin tek sözcük içermesi sebebiyle dili oluşturan sistemlerden sıra sistemi bu dönemde kullanılmaktadır (Demirkan Baytar, 2014, 10; Megep, 2013, 11).

Telgrafik konuşma dönemini yerini gramer kurallarının kullanıldığı ilk gramer dönemi takip etmektedir (Akın Şenkal, 2018, 46)

2.3.4. İlk Gramer Dönemi (24- 60 Ay)

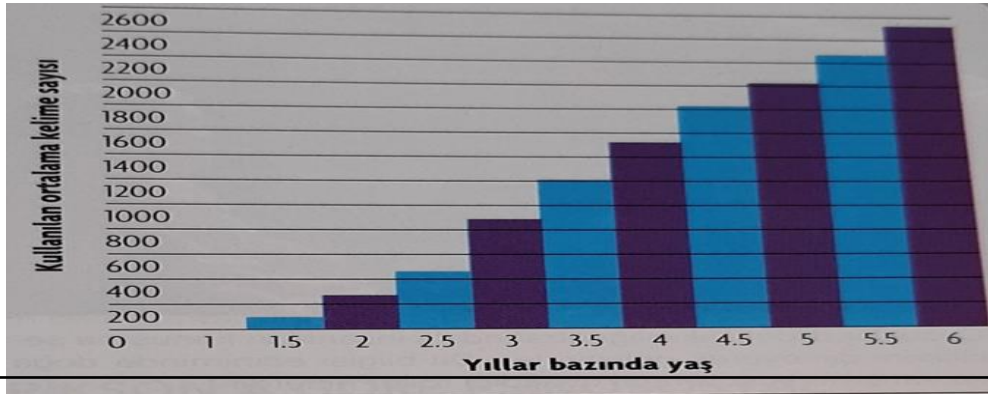
Bu dönem, dilin kullanımı açısından büyük farklılıklar gözlemlendiği ve cümle oluşturulduğu dönemidir. (Temizyürek, 2008, 172). Çocuk, semboller ve sözler arasında olan ilgiyi kavramaya başlamakta ve karmaşık cümleler üretmektedir (Metin, 2008, 33).

Çocuklar, 4 yaşlarında yetişkinlerin kullandığı soru formlarını kullanır ve karmaşık cümle yapılarını kullanmaya başlar (Megep, 2013, 12). 4-6 yaş dolaylarında ses tekrarlarına olan ilgi artmakta ve dil, 3-4 yaşında görülen benmerkezci dilin etkisinden uzaklaşmaktadır (Temizyürek, 2008, 172).

Çocuğun konuşması belirli ölçüde gramer kurallarına uygundur ve zaman belirten sözcükleri kullanmaktadır (Metin, 2008, 33). Çocuk bu dönemde ekleri, zaman ifadelerini, sıfat, zamir, zarf, bağlaç gibi dil yapılarını kullanmakta ve iki basit cümleyi birleştirmektedir (Usta, 2019, 217-218). Kelimelere yeni ekler getirerek ve fiillerin zamanlarında değişiklikler yaparak cümlelerin gramer yapılarını daha karmaşık bir biçimde kullanmaya başlamaktadır (Yeşilyaprak, 2019, 109). ‘Ne, kim, nerede’ gibi soru sözcükleri doğru bir şekilde kullanılmaktadır (Temiz, 2002, 29).

Bu dönemde çocuklar; olayları oluş sırasına göre anlatabilir, deneyimleri ile ilgili konuşabilir, olumsuz sözcük yapılarını kullanabilir, sesler arasındaki farklılık ve benzerlikleri söyleyebilir ve okuma ve yazmanın günlük hayattaki önemini söyleyebilir (MEB Okul Öncesi Eğitimi Programı, 2013, 24). Sesbilgisel dönemde en hızlı ilerlemelerin görüldüğü bu dönemde, kelime dağarcığı artış göstermektedir (Topbaş, 2019, 91). Yaşa göre kullanılan kelime sayısı Şekil 3: de verilmiştir.

Yaşa Göre Kullanılan Kelime Sayısı (0-6 Yaş)



Şekil 3: Yaşa Göre Kullanılan Kelime Sayısı (0-6 Yaş)

Gerrig Richard J., Philip G. Zimbardo. 2013. **Psikoloji ve Yaşam**. (Ankara: Nobel Yayınevi), 315'den alınmıştır.

Şekil 3: incelendiğinde, Gerrig ve Zimbardo (2013, 315)'ya göre çocuklar 2 yaşında 300'e yakın, 3 yaşında 1000'e yakın, 4 yaşında 1600'e yakın, 5 yaşında ise 2000'e yakın kelime kullanmaktadır.

2.4. Dil Gelişimi ile İlgili Yaklaşımlar

Bebekler tarafından çıkarılan basit seslerin zaman içerisinde karmaşık ve zengin bir konuşma biçimi haline gelmesinin nasıl gerçekleştiğine dair çeşitli görüşler ileri

sürülmektedir (Yeşilyaprak, 2019, 104). Dil gelişimi ile ilgili en çok rağbet gören yaklaşımlar; Davranışçı Yaklaşım, Psikolinguistik Yaklaşım ve Etkileşimci Yaklaşımdır (Topbaş, 2019, 40).

2.4.1. Davranışçı Yaklaşım

Davranışçı yaklaşım; davranış, motivasyon ve ayırıcı değişkenler ve bu değişkenlerin sonuçları arasındaki ilişkilerden oluşan bir analiz birimini vurgular (Sundberg, Michael, 2001, 698). Davranışçı yaklaşımın ilkeleri laboratuvar ortamında hayvanlardan elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulmuştur ve uyarıcı-tepki ilişkisini esas alır (Güneş, 2011, 129). Bu görüşün en önemli savunucularından biri Skinner'dır. Skinner, dilin çevresel koşullanma sonucu ortaya çıktığını savunur. (Altınörs, 2012,73). Davranışçı görüşe göre: Bilginin niteliği, nesnel gerçekliğe dayalı, çevrenin rolü bilgi aktarma, çocuğun rolü ise edilegendir (Akın Şenkal, 2018, 27)

Çelik (2017,193), davranışçı kuramı çocukların isteklerini karşılayan seslenmeleri taklit etmelerini içerir olarak tanımlar. Davranışçı yaklaşıma göre çevre, çocuğun dili nasıl öğreneceğini belirler (Şimşek, 2017, 21).

Bebeklerin çıkardığı sesler pekiştirildikçe, kullanılma sıklıklarında artış olduğu, pekiştirilmedikçe ise kullanım sıklığının azaldığı öne sürülmektedir (Yeşilyaprak, 2019, 104). Stafford, Sundberg ve Braam (1988, 31), sözlü davranış oluşturmada spesifik ödüllerin, spesifik olmayan ödüllere göre etkinliğini araştırmış ve deneklerin istenilen ödüller verildiğinde daha güçlü sözel davranışlar ürettikleri sonucuna varılmıştır.

Bu yaklaşım dil öğretimini mekanik hale getirdiği gerekçesiyle Chomsky tarafından eleştirilmiştir (Güneş 2007'den aktaran Güneş, 2011, 132). Kurama bir diğer eleştiri ise, çocuğun taklit ettiği dili öğrendiği görüşünü savunan davranışçı kuramcılara karşı, dilin yaratıcı özelliğini görmezden gelmesi gerekçesiyledir (Topbaş, 2019, 43).

2.4.2. Psikolinguistik Yaklaşım

Chomsky'nin dilin genetik olarak elde edildiğini öne sürdüğü psikolinguistik kuram; Chomsky, McNeil ve Lenneberg'in öncülüğünde, çocuğun doğuştan gelen iç dil kapasitesi vasıtasıyla çevresinde konuşulan dili keşfetmesi ve içselleştirmesine dayanır (Çelik, 2017, 193; Field 2011; Kol, 2011,14). 20. Yüzyılın ikinci yarısında

ortaya çıkan psikolinguistik kuram Chomsk'nin dil bilgisi kuramından evrilmiştir (Chomsky, 1957'den aktaran Reyna, 1993, 15).

Noam Chomsky ve Lenneberg gibi dil bilimi insanları dil edinimini biyolojik temellere dayandırır (Chomsky, 1959, 57). Bu sebeple davranışçı yaklaşımda çocuğun dili nasıl öğreneceğini belirleyen çevre, psikolinguistik kuramda hangi dili öğreneceğini belirler (Şimşek, 2017, 22).

Chomsky'e göre dil bilgisi evrenseldir, dili kullanan herkesin dil bilgisi üzerine yeteneği vardır ve bu sayede dil bilgisel cümleleri tanımlayabilir ve açıklayabilir (Garton, 1995, 6).

Bir diğer araştırmacı Lenneberg, dilde kritik dönem olduğunu ifade etmiş ve Nichols ve Rosenberger ile gerçekleştirdiği 6 ay ile 22 yaş aralığında değişen insanlarla yaptığı araştırmaya göre dil gelişim sürecinin 14 yaş altı çocuklarda kaydedildiği ve dil öğrenime sürecinin olgunluktan sonra durma noktasına geldiği tespit edilmiştir (Lenneberg, 1967'den aktaran Hurford ,1991, 160).

Kritik dönemin varlığını kanıtlayan bir başka çalışma da Newport ve Supalla tarafından gerçekleştirilmiş ve birinci dil edinimi kabiliyetinin yaş ilerledikçe düştüğü belirlenmiştir (Newport, Supalla, 1987'den aktaran Hurford 1991, 161). Psikolinguistik görüşü savunan bilim insanlarına göre, beynin hazır olması açısından 18 ay ile ergenlik dönemi arasında dil kazanımı açısından kritik dönemdir (Temiz, 2002, 17).

Dilbilgisi olgusunda kültürel farklılıkların dikkate alınmaması ve dil ediniminin biyolojik etkenlerle sınırlı kalması kuramın en fazla eleştiri alan bölümleri olmuştur (Şimşek, 2017, 23).

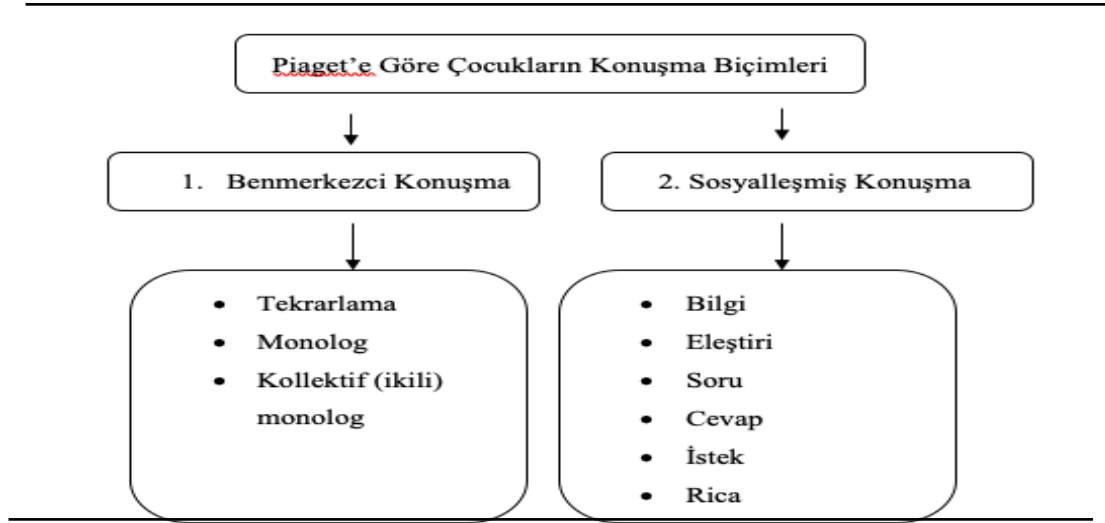
2.4.3. Etkileşimci Yaklaşım

En önemli temsilcileri Jean Piaget ve Lev Vygotsky'dir. Etkileşimci yaklaşım, dil gelişimini etkileyen faktörlerin, birbirleri ile etkileşim içinde olduğu görüşüne dayanır (Topbaş, 2019, 50).

Piaget bilişsel ve dil ediniminin evrelerden geçerek oluştuğunu ve bilişsel gelişimin öncelikli olduğunu savunur (Akın Şenkal, 2018, 28) Piaget'e göre, düşünme ve konuşma tamamlayıcı bir süreçtir (Garton, 1995, 8). Piaget'e göre çocuğun duyu

hareket vasıtasıyla düşünceleri gelişir ve bu düşünceler konuşmalara yansır (Temiz, 2002, 21). Piaget'e göre çocukların konuşma biçimleri Şekil 4: te verilmiştir.

Piaget'e Göre Çocukların Konuşma Biçimleri



Şekil 4: Piaget'e Göre Çocukların Konuşma Biçimleri

Erdener Eda. 2009. Vygotsky'nin Düşünce ve Dil Gelişimi Üzerine Görüşleri: Piaget'e Eleştirel Bir Bakış. (Journal of Turkish Educational Sciences), 85; Piaget Jean. 1926. *The Language And Thought Of The Child*. (Edinburgh: The Edinburgh Press), 37'den uyarlanmıştır.

Piaget bütün çocukların konuşmalarını; dinleniyor olma ve cevap kaygısı taşımayan monoloğa benzer bir konuşma biçimi olan benmerkezci konuşma ve çocuğun diğer kişilerle iletişim kurduğu, cevap beklediği ve cevap verdiği bir konuşma biçimi olan sosyalleşmiş konuşma olarak ikiye ayırır. (Erdener, 2009, 85).

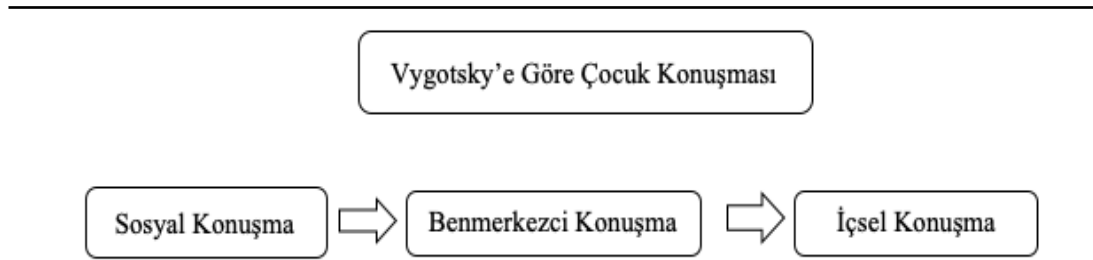
Benmerkezci konuşma tekrarlama, monolog ve ikili ya da kolektif monolog olarak; sosyal konuşma ise uyarlanmış bilgi, eleştiri, soru, cevap ve istek, rica tehdit olarak ayrılır (Piaget, 1926, 37). Vygotsky, gerçekleştirdiği araştırmalar neticesinde toplu monologların çocuğun diğer çocuklarla bi arada olduğundaki konuşma oranının artış gösterdiği bu sebeple göre benmerkezci gibi görünen toplu monologlar aslında sosyal bir yapıya sahip olduğunu ifade etmiştir (Bayhan, Saranlı, 2010, 828).

Sosyal öğrenme kuramcılarından Vygotsky'e göre ise çocukların edindikleri dillerin kaynağı sosyal çevredir ve dil edinimi sosyalleşme süreci içinde gerçekleşir (Yeşilyaprak, 2019, 105). Vygotsky, dili hem iletişim aracı hem de düşüncenin temeli olarak tanımlar (Karadüz, 2010, 1578).

Vygotsky, dili kullanmanın zihinsel düşünmeye etki ettiğini belirtmiştir ve bilişsel gelişimle dil gelişiminin iki yaştan sonra güçlü bir etkileşim halinde olduğunu savunur (Akın Şenkal, 2018, 28; Dağabakan, Dağabakan 2007, 4).

Vygotsky, Piaget'in konuşma gelişimi şemasına yaptığı deneyler sonucunda bir alternatif getirir ve kendi konuşma gelişimi modelini sırasıyla “sosyal, benmerkezci ve içsel konuşma” olarak sunar ve dilde sosyallikten bireyselliğe doğru bir gidişat olduğunu savunur (Erdener, 2009, 85). Vygotsky'e göre çocukların konuşma aşamaları Şekil 5: te gösterilmiştir.

Vygotsky'e Göre Çocuk Konuşma Aşamaları



Şekil 5: Vygotsky'e Göre Çocuk Konuşma Aşamaları

Eda Erdener, 'Vygotsky'nin Düşünce ve Dil Gelişimi Üzerine Görüşleri: Piaget'e Eleştirel Bir Bakış', **Journal of Turkish Educational Sciences**, c.7 s.1 (2009): 85'den uyarlanmıştır.

Vygotsky'nin dil edinimi modelinde, bir çocuğun ilk konuşması sosyaldir; kelimeler belirli tepkiler uyandırır ve yetişkinler tarafından güçlendirilmelidir (Emerson,1983, 254). Bu konuşmanın ardından önce dışsal konuşma, sonraysa içsel konuşma gelişir (Ergün, Özsüer, 2006, 273).

2.5. Dil Gelişimini Etkileyen Faktörler

Dil gelişimini etkileyen faktörler; kalıtım, zeka, cinsiyet, sağlık, aile, sosyoekonomik farklılıklar ve çevre olarak ele alınmıştır (Demirkan Baytar, 2014, 33; Tulu, 2009,26).

2.5.1. Kalıtım

Aileden çocuğa biyolojik özelliklerin aktarımı kalıtım olarak adlandırılmaktadır (Gerrig, Zimbardo, 2013, 56). Gecikmiş dili olan çocukların aile öyküleri incelendiğinde çocuğun biyolojik çevresinde de benzer öykü olabilmekte ve bu

sebeple kalıtımın biyolojik nedenlerden ötürü dil kazanımında önemli bir rolü olmaktadır (Owens, 2001'den aktaran Akın Şenkal, 2018, 24).

2.5.2. Zeka

Dil fiziksel ve zihinsel bir süreçtir (Erdem, 2013, 415). Çocuk iki yaşa gelene kadar çıkardığı sesler zeka ile ilişkili olmasa da, iki yaş sonrasında dil gelişimi ve zeka arasında doğru orantı vardır (Karacan, 2000, 6). Dilin elde edilmesi zekaya bağlıdır ve zihinsel uyum süreçleri dilin kazanılması ile yakından ilgilidir (Akın Şenkal, 2018, 5). Bilişsel eksiklik durumunda, dil alanında özellikle kullanımbilime dayalı becerilerin etkilendiği görülmektedir (Baykoç, 2015, 349).

2.5.3. Cinsiyet

Yaşamın ilk dönemlerinde erkekler, kızlara oranla daha kısa ve anlaşılabilirliği zayıf cümleler kurmaktadır (Akın Şenkal, 2018, 6). Bu durumla ilgili farklı açıklamalar mevcuttur. Bu açıklamalardan ilkinde göre; dil işlevleri, sağ ve sol hemisferde asimetrik bir şekilde organize olmuştur ancak baskın olarak sol hemisferde yapılanmıştır (Pençe, 2000, 120). Erkeklik hormonu olan testosteron sol hemisferin gelişmesini yavaşlattığı için erkeklerde dil gelişimi kızlara göre daha geç gelişmektedir. (Geschwind, Galaburda, 1985, 432).

Bornstein, Hahn ve Haynes (2004, 267) tarafından okul öncesi dönem çalışma grubuyla gerçekleştirilen ve özel ve genel dil performansının cinsiyete göre çalışmaya göre ise; kız çocukları iki ve beş yaş grubunda, aynı yaş grubunda yer alan erkek çocuklarına göre daha iyi performans göstermiştir.

2.5.4. Sağlık

Travmatik beyin hasarı, otizm ve zihinsel gerilik gibi farklı gelişim özelliklerinin olduğu durumlarda, dil problemleri görülmektedir (Baykoç, 2015, 346-349). Dil altı bağlantısının uzunluğu, ağız bölümündeki sorunlar, dudak yarığı, diş yapısındaki sorunlar, damağın şekli, dilin büyüklüğü gibi fizyolojik olarak sağlıklı olan durumlar da dil gelişimini etkilemektedir. (Erdem, 2013, 426).

Dil gelişiminde fizyolojik sağlık olduğu kadar psikolojik sağlık da etkilidir. Selektif mutizm durumunda çocuk kaygı duyduğu ortamlarda konuşmamayı seçmektedir (Bulut, 2008, 23).

2.5.5. Aile

Ailenin mizacı, okuma alışkanlığı, okuma seviyesi, gelir durumu, aile ve çocuk ilişkisi, çocuğun dil gelişimi üzerine önemli bir etkiye sahiptir (Weigel, Martin, Bennet, 2006, 357-358). Bakıcı tarafından çocuğa sunulan sözel uyaranların çocuğun dil gelişimini olumlu etkilemektedir (Karacan, 2000, 2). Bakıcıların tutumlarının, bebeklerin dil öğrenme sürecini zamansal anlamda etkilediği söylenebilir (Şimşek, 2017, 45). Ebeveyn ve çocuk arasındaki düzenli iletişim, dil gelişiminde önemli rol oynamaktadır (Demirkan Baytar, 2014, 4). Çocuğun konuşmaya teşvik edilmesi ve sözel uyaranların zenginliği çocuğun dil edinimini olumlu etkiler (Akın Şenkal, 2018, 6). Çocuk, ailenin dil kurallarını benimsediği için çocuklarla konuşurken dil kurallarına uygun bir biçimde konuşmak gerekmektedir çünkü çocukların ebeveynlerinin konuşmalarını taklit etmeleri sebebiyle aile faktörü dil gelişimi açısından önem arz etmektedir (Kol, 2011, 12; Topbaş, 2019, 111). Hirsh-Pasek ve diğerlerine (2015, 1081) göre yeterli destek olmadan, ebeveynlerin sözleri, çocukların öğrenmesini etkilemeden arka plan gürültüsü gibi akabilir.

Aile içerisinde ebeveynler kadar kardeşler ve kardeşlerin sayısı da dil gelişiminde önem arz etmektedir (Tulu, 2009, 33-35). Tek çocuklar ailenin dikkat noktasında merkezde yer aldığından, kalabalık kardeş sayısına sahip çocuklara oranla daha hızlı ve daha anlaşılır konuşur (Akın Şenkal, 2018). Ayrıca ikiz çocuklar kendi aralarında jest ve mimikler vasıtasıyla iletişim kurdukları için diğer bebeklere nazaran daha geç konuşurlar (Yeşilyaprak, 2019, 109).

Koçak, Ergin ve Yalçın (2004, 100) tarafından, 60-72 aylık çocukların Türkçe dil kullanımı düzeylerine etki eden faktörlerin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen çalışmada; aile öğrenim durumunun anlamlı bir farklılaşma yarattığı ancak kardeş sayısı ve doğum sırası gibi değişkenlerin örneklem grubunda bir farklılaşma yaratmadığı ifade edilmiştir. Demirkan Baytar (2014, 123) tarafından dil gelişiminde bakıcının rolünü belirlemeye yönelik yapılan araştırma ise, bulgular açısından Koçak Ergin ve Yalçın'ın araştırmasını destekler niteliktedir.

2.5.6. Sosyoekonomik Farklılıklar

Sosyoekonomik koşullar, dil edinimi sürecinde önemlidir (Yeşilyaprak, 2019, 109). Aile geliri veya sosyoekonomik durum, çocukların başarısını temel alan çalışmalarda sıklıkla değişken olarak kullanılır (Payne, Whitehurst, Angell, 1994, 428).

Weigel, Martin ve Bennet (2006, 357) tarafından, okul öncesi dönem çocuklarında çevrenin dil gelişimine olan katkısının incelendiği araştırmada, ailenin demografik özelliklerinin çocukların dili kullanma becerisi ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. Erkan (2011, 186), tarafından farklı sosyoekonomik düzeydeki çocukların okula hazırbulunuşluluklarını incelemeye yönelik yapılan çalışmada, sosyoekonomik düzeyin anlamlı bir fark yarattığı tespit edilmiştir. Damarlı Oçak (2007,109) tarafından dil gelişim düzeyinin çeşitli değişkenlerin etkisi açısından incelendiği araştırmada; dil gelişimi düzeyinin sosyoekonomik düzeye göre farklılaştığı ve sosyoekonomik düzey arttıkça dil gelişiminin de artış gösterdiği belirlenmiştir.

2.5.7. Çevre

Canlılara etki eden toplumsal, kültürel, fiziksel, ekonomik, biyolojik sistemlerin tümü çevre olarak adlandırılmaktadır (Yücel, Morgil, 1998, 84). Brofenbrenner'in ekolojik sistem kuramına göre; çocuğun gelişimi, çevresindeki sistemler ve bu sistemlerin birbirlerini ile olan etkileşimi ile yakından ilgilidir (Paquette, Ryan, 2001,1). Uyarılar açısından zengin bir çevre dil gelişimini destekler (Hoff, 2006, 58).

Normal gelişim gösteren tüm çocukların konuşmayı öğrenmesi insan türünün doğuştan gelen kapasitesini yansıtsa da dil edinimi için evrensel olarak çevre desteği önemlidir (Hoff, 2006, 55). Çevrenin dil üzerindeki etkisinin en açık örneği, kişinin içinde bulunduğu sosyal çevreye ait olan dili, ana dili olarak öğrenmesidir (Albert, Connor, 1999, 4).

İnsanlar dili, ilk olarak ailesinden sonrasında ise çevresinden edinirler ve çevre geliştiği ölçüde kişinin dili gelişim gösterir (Tulu, 2009, 1). Çılgılık aşamasından başlayarak çevrenin müdahalesi ile çocuk çılgılığın bir anlamı olduğunu fark ederek, dilini düzensiz seslerden iletişim aracına dönüştürür (Kara, 2004, 303). Bu çevresel faktörler; aile, çocuk ve aile arasındaki ilişki, arkadaşlar, komşular, okul olabildiği gibi, medya ve teknoloji de olabilir. (Kılınç, Kılınç 2014, 13).

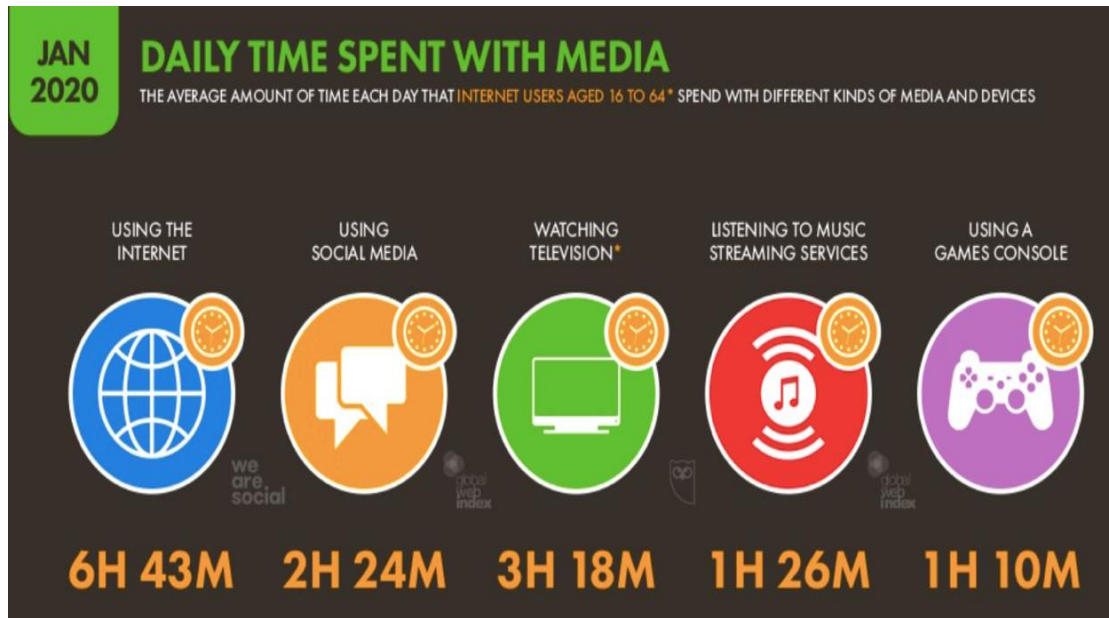
2.5.7.1. Medya ve Teknoloji

Günümüzde çocuklar, geleneksel ve modern teknoloji ile yakın bir ilişki içinde büyümektedir (Mustafaoğlu ve diğ., 2018, 228). 2019 TÜİK verilerine göre, toplumun %83'ü hanesinde internet mevcuttur (TÜİK, 2019). Bu durum çocuğun yaşamının ilk

yıllarından itibaren medya ve sosyal medyadan etkilenmesine neden olmaktadır (Büyükbaykal, 2007, 32).

Bu etkilerin, çocukların iletişimlerinin daha güçlü hale getirdiği ya da çocuklarda anti sosyal bir tutum oluşturduğuna dair iki farklı görüş bulunmaktadır (Kılınç, Kılınç, 2014, 16-17) Yeşilyaprak (2019, 109), kitle iletişim araçları sayesinde, çocukların kelime dağarcıkları 15-20 yıl öncesine kıyasla gelişmiş durumda olduğunu ifade ederken, Akbulut, (2013, 56), sürekli edilgen bir ruh halinde bulunmanın çocuğun gelişim alanlarını olumsuz etkileyeceğini öne sürmüştür. Küresel çapta yapılan araştırmaya göre, medyaya harcanan zaman Şekil 6: da gösterilmiştir.

Medyaya Harcanan Zaman



Şekil 6: Medyaya Harcanan Zaman

We Are Social, 'Global Report', <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> [16.07.2020].

We Are The Social Ocak ayı 2020 raporuna göre insanlar; günde 6 saat 43 dakika internette, 2 saat 24 dakika sosyal medyada, 3 saat 18 dakika da televizyon başında vakit geçirmektedir (We Are Social, 2020). Buna ek olarak, Genç (2014, 58) tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre; televizyon, tablet ve akıllı telefon kullanımı dahil edildiğinde çocukların günde yaklaşık 3 saate yakın toplam ekran medyasıyla zaman geçirdiği tespit edilmiştir.

Televizyon, radyo, video, sinema ve internet kitle iletişim araçları kategorisinde yer almaktadır (Yayla, 2017, 18-24). Özellikle internet çocuklar için oldukça eğlenceli bir iletişim kaynağı olarak ifade edilmektedir (Çelen, Çelik, Seferoğlu, 2011, 645).

2.6. İnternet ve Tarihsel Gelişimi

Dil, insanları anlamak ve iletişim kurmak için kelimeleri kurallarına uygun bir şekilde bir araya getiren karmaşık süreçtir (Gönen, Arı, 1989, 21). İletişimin temel hedefi uygun araç kullanarak hedefteki bireyde kendi düşüncesindeki izdüşümü oluşturma çabasıdır (Topbaş, 2019, 228). Bu araçlar dil, jest, mimik gibi doğal araçlar olabileceği gibi radyo, televizyon ve internet gibi insan yapımı kitle iletişim araçları da olabilir (Çakır, Topçu, 2005, 71).

Slevin (2007, 1), interneti, bilgi ve iletişimin zaman ve mekânda depolanmasını, geri alınmasını, dolaşımını ve işlenmesini mümkün kılan, birbirine bağlı bir bilgisayar donanımı ve yazılım sistemleri ağı olarak tanımlamıştır. Dünyada internet ilk olarak 1969 yılında, ABD Savunma Bakanlığı'nda askeri bir proje olarak kullanılmış, internetin halka açık hale gelmesi 1989 yılından sonra olmuştur (Saka, 2019, 957). 1991 yılında, ODTÜ ve TÜBİTAK, internet teknolojilerinin kullanıldığı bir ağın tesis edilmesi projesi başlatmış ve proje ile Türkiye'de ilk kez 1993 yılında internet bağlantısı gerçekleştirilmiştir (25. Yılımız, [18.06.2020]).

1970'lerde başlayan ve 1990 sonrası kullanıcı sayısı hızla artan internet kullanımı, 2000li yıllarda sosyal medyanın işlerlik kazanması ile farklı demografik özelliklere sahip kişiler arasında yaygınlık kazanmaya başlamıştır (Vural, Bat, 2010, 3349). İnternetin yaygınlık kazanması ile birlikte insanlar edilgen konumdan çıkarak etken hale gelmiş ve kendi içeriklerini üretebilme imkânı ile görünürlük elde ederek, bu ağlar üzerinden kendilerine kimlik üretmeye başlamışlardır (Özdemir, 2016, 113).

İnternet, küreselleşme ile ortaya çıkan zaman ve mekân kavramlarında meydana gelen dönüşümler vasıtasıyla büyük sanal ağların oluşması ve yoğun etkileşime olanak sağlaması yeni bir kültürün ortaya çıkmasını sağlamıştır (Kavuran, Yeşil, 2019, 47).

Küresel İnternet Kullanım Verileri



Şekil 7: Küresel İnternet Kullanım Verileri

We Are Social, 'Global Report', <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> [16.07.2020].

We Are Social tarafından 2020 yılı Ocak ayında hazırlanan 'Global Report 2020' isimli raporda yer alan verilere göre; dünyada 4.5 milyar internet kullanıcısı vardır ve bu kullanıcılar dünya nüfusunun %59'una tekabül etmektedir. Bu sayıya her yıl %7 oranında kullanıcı eklenmektedir. Ayrıca günlük kişi başına düşen internet kullanımı 6 saat 43 dakika olarak belirlenmiştir. (We Are Social, 2020).

World Wide Web (www), kullanıcıların fikirlerini ve ortak bir projenin tüm yönlerinin paylaşılmasına olanak tanıyan bir insan bilgisi havuzu olarak geliştirilmiştir (Burners-Lee ve diğ, 1994, 6).

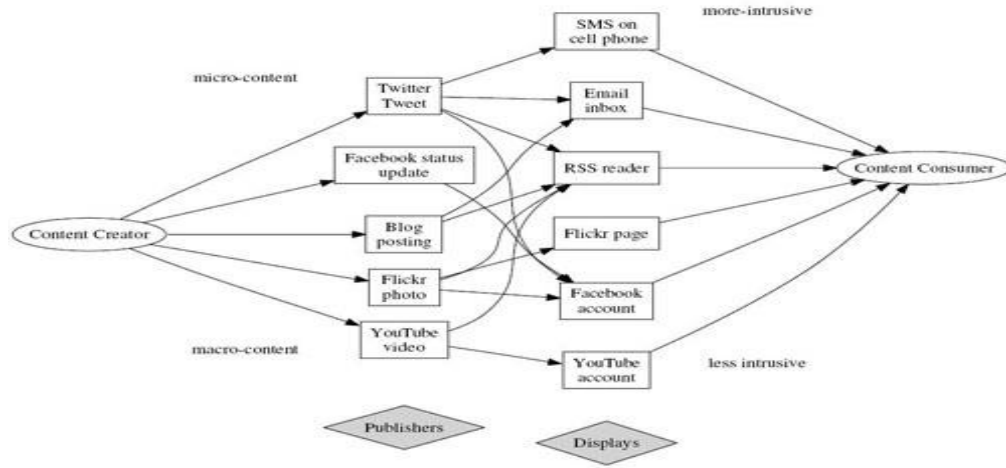
Web 1.0, bilgi paylaşımı ve iletişimini mümkün kılan ancak etkileşim kurmaya olanak tanımayan birinci nesil web teknolojisi (Choudhury, 2014, 8096). Katılımlı bir yapı oluşturmaya imkân tanıyan çok sayıda sosyal araçlar barındıran Web 2.0. teknolojisi, World Wide Web'in (www) ikinci kuşağıdır (Horzum, 2010, 605). Anlamsal web olarak da adlandırılan Web 3.0 teknolojisi, kişisel özelliklerin web siteleri bilgi çıkarımında bulunarak, elde edilen bilgilerin kişiye özgü hale getirilmesi temeline dayanır (Demirli, Kütük, 2010, 100). Duygusal web olarak da adlandırılan Web 4.0. bilgisayarınızda herhangi bir program yüklemeyen uygulamalar içererek ve etkileşen sanal dünyalar ve nesneler arasındaki gerçek zamanlı uyumu sağlar (Kurgun, Avşar, Aktaş, 2018, 56).

2.6.1. Web 2.0.

Web 2.0, bağlı tüm aygıtları kapsayan bir platform ağı olmakla birlikte, temel avantajları: Yazılımı sürekli olarak güncellenen bir hizmet olması, daha fazla insanın kullanması ve zengin kullanıcı deneyimleri sunarak Web 1.0 sayfa metaforunun ötesine geçmesidir (O'Reilly, 2005).

Web 2.0. terimi 2004 yılında ortaya çıkmıştır ve bu konsept vasıtasıyla internet kullanıcıları, karşılıklı iletişim kurabilir ve içeriği değiştirebilir konuma gelmiştir (Bozkurt, 2013, 689; Cormode, Krishnamurthy, 2008, 1). Günümüzde kullandığımız pek çok sitenin tasarım konseptini oluşturan Web 2.0. ile tasarlanan siteler, sosyal birer ağ olma özelliği taşımakta ve milyonlarca kullanıcıyı bir araya getirebilmekte, bu sebeple de sosyal web olarak da adlandırılmaktadır (Mestçi, 2009, 589; Özuz, 2018, 62). Web 2.0. konseptinde içerik oluşturucudan tüketiciye giden yollar Şekil 8:' de gösterilmiştir.

Web 2.0.'de İçerik Oluşturucudan Tüketiciye Giden Yollar



Şekil 8: Web 2.0.'de İçerik Oluşturucudan Tüketiciye Giden Yollar

Graham Cormode, Balachander Krishnamurthy, 'Key Differences Between Web 1.0 and Web 2.0.' *First Monday*, c.13, s. 6 (2008): 13'den alınmıştır.

Şekil 8'e göre içerik oluşturucu, mikro ve makro içerikleri yayınlayacağı sosyal medyaya gönderir. Sosyal medya uygulamasından, uygulama hesaplarına iletilir ve içerik kullanıcılarına ulaşır.

2.6.2. Sosyal Medya Kavramı ve Araçları

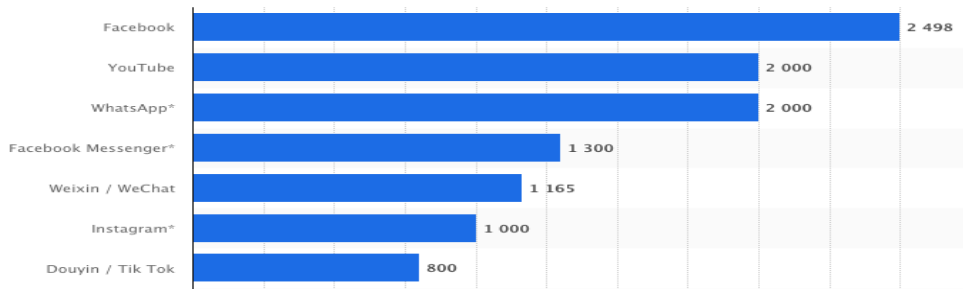
Teknoloji; kişilere fikirlerini, yaşantılarını ve üretimlerini paylaşacakları ortamlar sunar ve bu sanal ortam sosyal medya olarak adlandırılır (Vural, Bat, 2010, 3349). Sosyal medya, Kaplan ve Haenlein (2010, 59) tarafından, Web. 2.0. teknoloji temellerinin üstüne kurulan ve kullanıcılarca içerik oluşturulup, değiştirilmesine izin verilen uygulamalar olarak tanımlanmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının günlük kullanım süresini belirlemeye yönelik yayınlanan 2020 yılı Ocak ayı raporuna göre; insanlar günde ortalama 6 saat 43 dakika internette, 2 saat 24 dakika sosyal medyada zaman geçirmektedir. (We Are Social, 2020).

Sosyal medya, içinde bulunduğumuz dönemin en gelişmiş iletişim araçlarından biridir (Toğay ve diğ., 2013, 28). Günümüzde medyanın güncel bir formu olarak görülen sosyal medyanın, toplumun kültürel yapısının biçimlendirilmesinde ve aktarılmasında geleneksel medya kadar payı olmaktadır (Ergen, 2018, 121).

Sosyal medya araçları, yeni bir iletişim kanalı olarak kişiler arası iletişim biçimini değiştirmiş ve yeni iş tanımlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Özkök, 2019, 37). Başlangıçta sosyalleşme ve eğlence amaçlı kullanılan bu araçlar; bilgiye erişimdeki kolaylık nedeniyle, zaman içerisinde mesleki amaçlar doğrultusunda da kullanılır hale gelmiştir (Kilis, Rapp, Gülbahar, 2014, 20). Dünya çapında yaygın olan bu sosyal medya araçlarına Facebook, Flickr, LinkedIn, Myspace, Twitter, ve Youtube örnek gösterilebilir (Effing, Hillegersberg, Huibers, 2011, 25; Stein, 2013, 353). Sosyal medya platformlarının kullanıcı sayısına göre sıralaması Şekil 9:'da verilmiştir.

En Fazla Kullanılan Sosyal Medya Platformları



Şekil 9: En Fazla Kullanılan Sosyal Medya Platformları

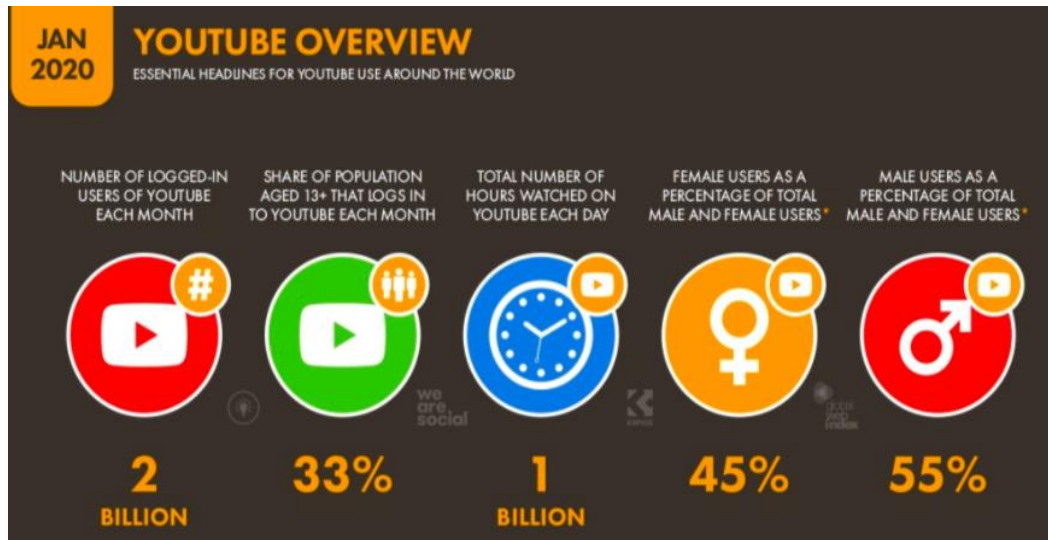
Statistica, 'Social Media Usage Worldwide', <https://www.statista.com/study/12393/social-networks-statista-dossier/> [15.06.2020].

Statistica tarafından 2020 Nisan ayında gerçekleştirilen çalışmaya göre, en fazla kullanılan sosyal medya platformları şekildeki gibi sıralanmıştır. Bu şekle göre dünya üzerinde en fazla tercih edilen sosyal medya platformlarından biri Youtube olmuştur. Sapsağlam (2018, 734) tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre, çocukların en fazla tanıdıkları medya platformunun Youtube olduğu ve 3-6 yaş grubunda yer alan çocukların Youtube’da 1 saatin üzerinde vakit geçirdiği tespit edilmiştir (Sancılı, Sapsağlam 2019, 2388). Bu sebeple çalışma alanı olarak Youtube platformu seçilmiştir

2.6.3. Youtube

2005 yılında yayın hayatına giren Youtube, Web 2.0. konsepti ile tasarlanmış yeni nesil kısa video paylaşım hizmeti sunan web sitesidir (Cheng, Dale, Liu, 2008; Mestçi, 2009, 229). Başlangıçta kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe odaklanarak başlatılan Youtube, Web 2.0. konseptinin sağladığı etkileşimli ortam vasıtasıyla, dünya çapında çevrimiçi video için baskın bir platform haline gelmiştir (Burges,2011). Youtube, insanların dünya genelinde video içeriğiyle etkileşime geçmeleri için bir forum sağlar ve içerik oluşturucular için bir dağıtım platformu görevi görür (Davidson ve diğ., 2010, 293). Youtube verileri Şekil 10:’ da sunulmuştur.

Youtube Verilerinin İncelemesi



Şekil 10: Youtube Verilerinin İncelemesi

We Are Social, ‘Global Report’, <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> [16.07.2020].

We Are Social tarafından 2020 yılı Ocak ayında hazırlanan ‘Global Report 2020’ isimli raporda yer alan verilere göre her ay Youtube’a giriş yapan kullanıcı sayısı 2 milyardır. Rapora göre Youtube her gün toplam bir milyar saat izlenmektedir (We Are Social, 2020).

Youtube bireyler üzerinden önemli bir etkiye sahip olması ve yeni bir kültür olarak görülmesi sebebiyle günümüzde önemli bir çalışma alanı haline gelmiştir (Özuz, 2019, 3). Youtube’u temel alarak; medya (Mutlu, 2017), iletişim (Türkmen, 2020), sosyoloji (Çomu, 2012), okul öncesi (Gülmez, 2019) ve Youtuber kavramı (Kavuran, Yeşil, 2019; Özuz, 2019) alanlarında çalışmalar yapılmıştır.

2.6.3.1. Youtube Yayıncısı Kavramı

Youtube tarafından belirlenmiş 15 içerik kategori vardır (Baldauf, Stair, 2010’dan aktaran Jang, 2015, 22). Youtube içerik kategorileri Tablo 1:’de sunulmuştur.

Tablo 1: Youtube İçerik Kategorileri

Youtube İçerik Kategorileri		
Taşıtlar	Oyun	İnsanlar/Blog
Komedi	Nasıl yapılır?	Hayvanlar
Eğitim	Müzik	Bilim
Eğlence	Haberler	Spor
Film	Aktivizm	Seyahat

Sun Hee Jang, ‘I am a YouTuber! A Netnographic Approach To Profiling Teen Use Of YouTube’ (Doktora Tezi, University of Tasmania, 2015), 22’den uyarlanmıştır.

Bu 15 kategoride içerik üreten Youtube kullanıcıları, ‘Youtube Yayıncısı’ olarak ifade edilmektedir. Youtube platformunda düzenli olarak içerik üreten ve ürettiği içerikle tanınmış kişiler Youtube yayıncısı olarak adlandırılmaktadır (Demirci, 2019, 26). Driessens (2016), Youtube yayıncısı kavramını sosyal medya platformlarında önemli sayıda takipçi veya abone toplayan mikro ünlüler olarak tanımlamıştır. İnsanlar genellikle eğlence, zaman geçirme ve bilgi edinme amaçlı olarak Youtube yayıncılarını izlemektedir (Çiçek, 2018, 169).

Youtube yayıncılarının videoları; ortalama on dakikalık süreden oluşur, açılış ve kapanış jeneriği ve kanal sahibinin konuşma ve eylemlerini kapsamaktadır (Zinderen,

2020, 422). Dünyada 42.3 milyon Youtube içerik üreticisi vardır. (Social Blade, 2020).

Ülkeden ülkeye değişiklik gösterse de, ülkemizde Youtube’da kanal kurma ve Youtube yayıncısı olma yaşı on üçtür (Support, Google). Bu duruma rağmen Youtube incelendiğinde, sayısız çocuğun, Youtube platformunda yer aldığı görülmektedir (Atalay, 2019, 181). Ergen (2018, 117), tarafından ilkokul öğrencileri ile gerçekleştirilen çalışmada çocukların bilinme ve sevilme gerekçesiyle Youtuberları model seçerek Youtuber olmak istedikleri belirlenmiştir.

2.7. Dil Gelişimi ve Youtube Yayıncıları

Albert Bandura’nın (2001) Sosyal Öğrenme Kuramı’na göre, özellikle çocuklar model olarak öğrenmekte ve kendini bir modelle özdeşleştirmektedir. Bu sebeple çocuğun zaman geçirdiği platform, çocuk için modeller oluşturacağından özel bir önem kazanmaktadır.

Sapsağlam (2018, 734) tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre çocukların en fazla tanıdıkları medya platformunun Youtube olduğu ve 3-6 yaş grubu çocukların Youtube’da 1 saatin üzerinde vakit geçirdiği belirlenmiştir (Sancılı, Sapsağlam 2019, 2388). Bu bağlamda; akıllı telefon, tablet, bilgisayar ve dijital oyunları oynayan çocukların benzeri alanlarda videolar çeken Youtube yayıncılarını takip ettiği görülmektedir (Kavuran, Yeşil, 2019, 45). Bu noktada, Youtube yayıncılarının çocuğun yabancı dil kelime haznesinin arttırdığına dair olumlu; Youtube yayıncılarının çocukların mevcut dil haznesindeki kelimelerin niteliğinin bozduğuna dair olumsuz olmak üzere iki farklı görüş bulunmaktadır.

Wang ve Chen (2012, 343), araştırmalarında yabancı dil öğrenimi için Youtube yayıncılarının etkili bir kaynak olduğunu belirmiş, Sancılı ve Sapsağlam (2019, 2389) ise yapılan ebeveyn görüşmelerinde, çocuğunun dil dağarcığına İngilizce kelimeler girdiği için bu durumu olumlu bulan ebeveynlerin olduğu aktarılmıştır.

Kavuran ve Yeşil (2019, 56) tarafından Youtuberların konuşma biçimlerinin inceleme amaçlı yaptıkları araştırmada ise; örneklem olarak seçilen Youtube yayıncılarının videolarında yoğun jest ve mimik kullanımı, sesleri ağız içinde yuvarlama ve sıklıkla kullanılan argo ve küfür öğelerine rastlanmıştır. Özuz (2019,188) tarafından, Youtuberların toplumda yarattığı değişimleri inceleme amacıyla yaptığı çalışmada;

çocukların ‘fake atmak, trollemek, challenge’ gibi Youtube yayıncılarının konuşma biçimine özel pek çok kelimeyi kullandıkları, Uğur ve Gökler (2019) tarafından incelenen Youtuber videolarında ise %67.3’ünde küfür ve argo ifadeleri tespit edilmiştir.

Küçük yaşlardan itibaren yeni medyada vakit geçiren çocukların uygun olmayan içeriğe maruz kalmaları durumunda yanlış kimlik inşasının oluşması mümkündür (Atalay, 2019, 184). Papadamou ve diğerlerinin (2020, 522) ifade ettiğine göre, çocuklar Youtube’da video izleme sürecine nitelik açısından uygun bir video ile başlasa dahi videolar ilerledikçe sakıncalı videolarla karşılaşma olasılıkları artmaktadır.

Çocuklar yetişkinlerin konuşmalarındaki tanıdık fiilleri dinledikçe, yetişkin kullanımını model alarak, kendi konuşmalarını o fiilleri de içerecek biçimde genişletmektedir (Gathercole, Sebastian, Soto, 1999, 133). Bu durumda çocuk tarafından izlenen videolar, çocukların sosyalleşme süreçlerinde değişimler yaratmaktadır (Özuz, 2019, 117). Bu değişimler Youtube yayıncılarını model alan çocuğun, Youtube yayıncıları tarafından kullanılan kelime ve kelime kalıplarını öğrenmesi ve kullanması ile mümkün hale gelmektedir.

2.8. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde okul öncesi dönemde dil gelişimi ve Youtube yayıncıları ile ilgili yapılan araştırmalara yer verilmektedir.

2.8.1. Okul Öncesi Dönemde Dil Gelişimi İle İlgili Yapılan Araştırmalar

Koşkulu (2019), tarafından pozitif ve negatif anne davranışlarının, anne-bebek etkileşimi esnasında kurulan ortak dikkat süreçleriyle ilişkisini ortaya çıkarma amacıyla gerçekleştirilen çalışmada; anne davranışının anne-bebek etkileşimi esnasında kurulan ortak dikkat sürecinde önemli bir rol oynadığı ve anne eğitim seviyesinin bu durumu dolaylı yoldan etkilediği görüşmüştür.

Aslan (2019), 48- 66 aylık çalışma grubuyla dil gelişimi ve sosyal beceri değişkenlerini araştırmıştır. Araştırma sonucunda; cinsiyet, okul türü, yaş, okul öncesi eğitime devam etme süresi, okul türü, kardeş sayısının alıcı ve ifade edici dil üzerine anlamlı bir etkisi olduğunu belirlemiştir.

Özkılıç Kabul (2019), 36- 47 aylık çocuklarla gerçekleştirilen araştırma kapsamında teknolojik alet kullanımının dil gelişimine etkisi belirlemiştir. Belirlenen bu etkilere göre tablet, telefon, bilgisayar ve televizyon ile daha az vakit geçiren çocukların dil gelişim düzeylerinin, teknolojik aletlerle fazla zaman geçiren çocuklara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Kaçar (2016), tarafından tercih edilen oyun türünün 5-6 yaş çocukların dil gelişimine etkisinin araştırılması amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada; dramatik oyun türünü tercih eden çocukların dil kullanım düzeyleri ve alıcı dil gelişim düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanırken, tercih edilen öğrenme merkezinin bu durumlar üzerinde etkili olmadığı belirlenmiştir.

Muslugüme (2016) tarafından dil gelişimini destekleyici ebeveyn eğitim programının sosyoekonomik düzeyi düşük ailelerin 60- 72 aylık çocuklarının dil gelişimine etkisi araştırılmış ve programın bu çocukların dil gelişimleri üzerinde olumlu etkileri olduğu saptanmıştır.

Demirkan Baytar (2014) tarafından 36-71 aylık çocuklarla gerçekleştirilen çalışmada bakıcının dil gelişimindeki rolü incelenmiş ve dil gelişimi sorunları bakıcıya göre değişiklik göstermiştir. Araştırma sonucunda anneler tarafından bakım verilen çocukların ifade edici dil puanları, ücretli bakıcılar ile karşılaştırıldığında daha yüksek çıksa da alıcı dil puanları incelendiğinde bakıcılar arasında fark bulunmamıştır.

Weigel, Martin ve Bennet (2006) tarafından, okul öncesi dönem çocuklarında çevrenin dil gelişimine olan etkisinin incelendiği çalışmada, ailenin demografik özelliklerinin çocukların dili kullanma becerisi ile ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Bornstein, Hahn ve Haynes (2004), okul öncesi dönem çalışma grubuyla gerçekleştirilen ve özel ve genel dil performansının cinsiyete göre çalışmaya göre ise; kız çocukları iki ve beş yaş grubunda, aynı yaş grubunda yer alan erkek çocuklarına göre daha iyi performans göstermiştir.

Temiz (2002) tarafından okul öncesi eğitimin 3 yaş çocuklarının dil gelişimine etkisinin incelemiştir. Araştırma sonucuna göre, okul öncesi eğitimin dil gelişimine pozitif yönde etkisi olduğu ifade edilmiştir.

2.8.2. Youtube Yayıncıları ile İlgili Yapılan Araştırmalar

Fide ve Sapsağlam (2020), 3-6 yaş çocukları olan anneler ile gerçekleştirdikleri çalışmada, Youtube yayıncılarının çocukların kimlik inşa süreçlerine yansımaları incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre; Youtube yayıncılarına ait videolarda çocukları tüketime teşvik ettiği, oyun kurma becerisini körelttiği ve kız çocuklarının belirli bir güzellik kalıbının içine sokulmaya çalışıldığı görülmüştür.

Aksu (2020), çocuk Youtuberları incelediği çalışmada cinsiyet rolleri, duygular, markalar, olumlu davranışlar ve olumsuz davranışlar gibi kategorileri incelenmiştir. Araştırma sonucunda; çocuk Youtuberlara ait bazı videolarda, çocukların trafiğe açık alanlarda otomobil kullandığı veya çocukların çıplak olması gibi görüntülerin yer aldığı görülmüştür.

Martinez ve Olsson (2019) tarafından İsveçli çocuklarla yapılan araştırmada, çocuklar tarafından izlenen Youtuber videoları analiz edilmiş ve çocuklarla görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda çocukların gelişmiş bir medya okur yazarlığı göstermediği ifade edilmiştir.

Sancılı ve Sapsağlam (2019) tarafından Youtuberların çocukların günlük yaşamdaki etkileri incelenmiştir. Araştırma sonucunda, çocukların ebeveynleri; Çocuklarının konuşmalarının doğal şekline uzaklaşarak Youtuberlara benzer kelime ve kelime kalıpları kullandığı, çocukların beslenme süreçlerine Youtuberların etkisinin olduğu, videolarda geçen kostüm ve oyuncaklara çocukların taleplerinin arttığını ifade etmişlerdir.

Uğur ve Gökler (2019) tarafından çalışma kapsamında incelenen Youtuber videolarının %67.3'ünde küfür ve argo ifadeleri tespit edilmiştir. Araştırmanın diğer bulgularına göre; videoların %1.8'inde çocukların okul ile ilgili olumsuz etkileyecek içerik, %19'unda siber zorbalık içerik ve %40'ında çocukları riskli davranışa yönlüten ifadeler rastlanmıştır.

Kavuran ve Yeşil (2019) tarafından Youtuberların konuşma biçimlerinin inceleme amaçlı yapılan araştırmada; dijital oyunlar konusunda içerik üreten Youtuberlardan en fazla takipçisi olan Youtuber örneklem olarak seçilmiştir. Örneklem olarak seçilen Youtuber'ın en fazla izlenen videoları analiz edilmiş, videolarda yoğun jest ve mimik kullanımı, sesleri ağız içinde yuvarlama ve sıklıkla kullanılan argo ve küfür öğelerine rastlanmıştır.

Özuz (2019) tarafından, Youtuberların toplumda yarattığı değişimleri inceleme amacıyla yaptığı çalışmada; çocuklarla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda çocukların ‘fake atmak, trollemek, challenge’ gibi Youtube yayıncılarının konuşma biçimine özel pek çok kelimeyi kullandıkları görülmüştür.

Özkonuk (2019) tarafından, çocuk özneler için Youtuber olmak üzerine inceleme yapılmış, bu incelemeler ile sosyal medyanın çocukların hayatındaki yeri göz önünde bulundurularak oluşan tehlike durumları incelenmiştir.

Atatunç (2019), Türkiye’de popüler olan Youtuber videolarının içerik analizlerini yapmış ve bu analizler sonucunda bazı videolarda küfür ve argo ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

Kızılkaya (2018), Youtuber anneleri incelediği çalışmada 16 Youtuber annenin videoları çalışma materyallerini oluşturmuş ve Youtuber annelere ait videoları incelemiştir. İncelenen videoların sonucunda takipçilerin Youtuber annenin, annelik rolü üzerinde etkili olduğu bu sebeple Youtuber annenin ise mahremiyet sınırlarının daraldığı aktarmıştır.

Ergen (2018), tarafından özel okulda öğrenim gören 24 ilkokul öğrencisi ile gerçekleştirilen çalışmada çocukların bilinme ve sevilme gerekçesiyle Youtuberları model seçerek Youtuber olmak istediklerini ifade etmişlerdir.

Fagersten (2017), tarafından örneklem olarak seçilen Youtuber, oyun videoları alanında içerik üretmektedir. Videoların analizi sonucunda videoların çok sayıda küfür içerdiği belirtilmiştir.

Calabrese (2017) tarafından Youtuber olmak ve kendi kanalını inşa etmek adına yazılmış bir kitap bulunmaktadır. Kitabın içeriğinde kanal kurma ve yönetme süreçleri, içerik oluşturma yöntemleri hakkında bilgi verilmektedir.

Wang ve Chen (2012), Youtube yayıncılarını yabancı dil öğreten kaynaklar olarak incelemiş ve Youtuberların çok sayıda kişi tarafından dil öğrenimi sebebiyle tercih edildiği ifade etmişlerdir.

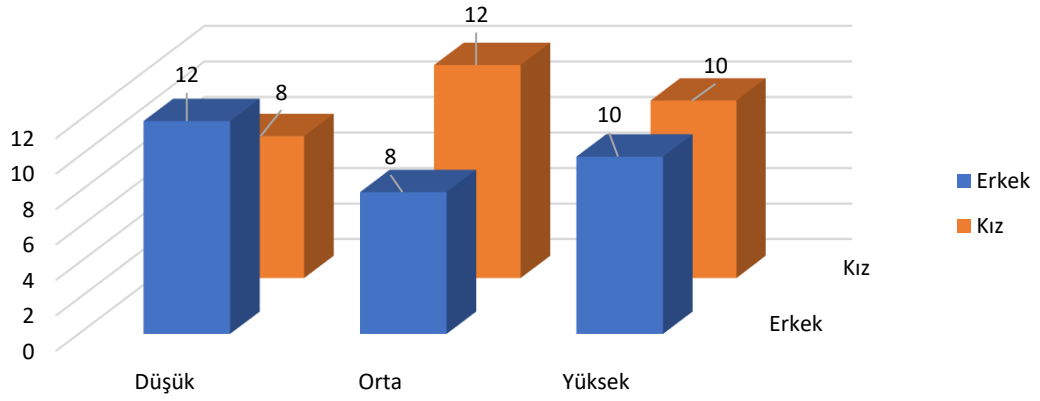
3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Youtube yayıncılarının beş yaş çocuklarının dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerine etkisinin derinlemesine incelenmesi amacıyla araştırma, nitel araştırma yöntemi ve durum çalışması deseninde gerçekleştirilmiştir. Creswell (2017, 14) tarafından yapılan tanıma göre durum çalışması; araştırmacının bir durumu, olayı, programı, süreci ve eylemi derinlemesine incelediği araştırma desendir. Durum çalışması, araştırmacının bir ya da daha fazla durumu detaylı bir biçimde ortaya koyduğu nitel araştırma yöntemi olarak da ifade edilmektedir (Aypay, 2015, 416). Araştırmada açıklanmak istenen durum, Youtube yayıncılarının beş yaş grubu çocukların dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıklarına etkisidir.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmaya beş yaşında olup düşük-orta ve yüksek sosyoekonomik grupta yer alan toplam 60 çocuk katılmıştır. Çalışma grubu oluşturulurken; seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme yöntemi ve maksimum çeşitlilik örnekleme tekniğini kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemi, araştırmacı tarafından ilgilenilen evrenin özelliklerini analiz ederek bu özelliklere sahip bireyler bulunması olarak ifade edilirken; maksimum çeşitlilik tekniği, veri analizi için geniş aralıkta yer alan farklı durumların seçilmesi olarak tanımlanmıştır (Aypay, 2015, 176). Çalışma grubunda yer alan çocukların cinsiyet ve sosyoekonomik durumlarına göre dağılımı Şekil 11’de sunulmuştur.



Şekil 11: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Duruma Göre Dağılımı

Şekil 11 incelendiğinde, düşük sosyoekonomik düzeyde 12’si erkek ve 8’i kız olmak üzere 20 çocuk ve ebeveynlerinin araştırmaya katıldığı görülmektedir. Orta ekonomik düzeyden 8’i erkek ve 12’si kız olmak üzere 20 çocuk ve ebeveynleri ve yüksek sosyoekonomik düzeyden 10’u erkek ve 10’u kız olmak üzere 20 ve ebeveynleri katılmıştır. Araştırmaya 30 kız, 30 erkek çocuk olmak üzere toplam 60 çocuk ve ebeveynleri katılmıştır. Sosyoekonomik durum belirlenirken ebeveynlerin;

- Öğrenim Durumları
- Çalışma Durumları ve
- Gelir düzeyleri dikkate alınmıştır.

Çalışma grubunda yer alan çocukların diğer demografik özellikleri Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: Çalışma Grubundaki Çocukların Demografik Özellikleri

Değişken	Kategori	F	%
Cinsiyet	Erkek	30	%50
	Kız	30	%50
Yaş	60- 71 Ay	60	%100
Kardeş Sayısı	0-2	43	%71.7
	2-4	17	%28.3

Anne Öğrenim Durumu	İlkokul-Ortaokul	26	%43.3
	Ortaokul- Lise	18	%30
	Lise- Lisans	16	%26.7
Baba Öğrenim Durumu	İlkokul-Ortaokul	15	%25.9
	Ortaokul- Lise	20	%34.4
	Lise- Lisans	23	%39.7
Anne Çalışma Durumu	Çalışıyor	22	%36.6
	Çalışmıyor	38	%63.4
Baba Çalışma Durumu	Çalışıyor	56	%96.6
	Çalışmıyor	2	%3.4

Tablo 2 incelendiğinde, araştırmaya hepsi beş yaşında olan 30 kız ve 30 erkek çocuğu katılmıştır. Bu çocukların 43'ünün kardeş sayısı 0-2, 17'sinin kardeş sayısı 2-4 olarak belirlenmiştir. Öğrenim durumu ve çalışma durumu anne açısından incelendiğinde; 26 anne ilkokul- ortaokul mezunu, 18 anne ortaokul-lise mezunu, 16 anne ise lise-lisans mezunudur. Annelerin 22'si çalışmakta, 38'i ise çalışmamaktadır. Öğrenim durumu ve çalışma durumu baba açısından incelendiğinde; 15 baba ilkokul-ortaokul mezunu, 20 baba-ortaokul lise mezunu, 23 baba ise lise-lisans mezunudur. Babaların 56'sı çalışmakta, 2'si çalışmamaktadır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama amacıyla Yarı yapılandırılmış görüşme formu, Youtube güncesi ve drama etkinlik planı kullanılmıştır.

3.3.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Form, ilgili literatürün ışığında, altı farklı uzmandan görüş alınarak araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Soruların hazırlanma aşamasında, soruların etik ilkelere uygun ve anlaşılır olmasına dikkat edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu çocuğun yaşı, cinsiyeti ve görüşme yapılan ortamın bilgisinin yer aldığı görüşme bilgisi bölümü ve soruların yer aldığı görüşler bölümü olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Görüşler bölümü 6 sorudan oluşmaktadır.

Görüşme formunda yer alan sorular şunlardır: ‘Evde nasıl zaman geçiriyorsun? Telefon/tablet/bilgisayarla neler yapıyorsun? / Daha önce Youtube’u duydun mu? / Youtube’da hangi videoları izliyorsun? Videoda dikkatini neler çekti? / Videodaki kişiler neler söylüyordu?’

Araştırma kapsamında, her bir çocukla, sessiz bir ortamda ortalama 15 dakika süren görüşmeler yapılmış ve bu görüşmeler yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak araştırmacı tarafından kayıt altına alınmıştır.

3.3.2. Youtube Güncesi

Youtube güncesi, altı farklı uzmandan görüş alınarak tarafından hazırlanmıştır. Günce hazırlanırken anlaşılır ve etik ilkelere uygun olmasına dikkat edilmiştir. Günce her bir gün için yanıtlanması istenen üç sorudan oluşmaktadır. Araştırma kapsamında görüşme yapılan her çocuğun ebeveynlerine, çocuğun günlük Youtube deneyimini, üç gün süre ile kayıt altına aldıkları ‘Youtube Güncesi’ gönderilmiş ve formu nasıl dolduracaklarına ve dikkat etmeleri gereken noktalara dair bilgilendirmeler yapılmıştır.

Her bir gün için kayıt altına alınması istenen bilgiler şunlardır: ‘Çocuk bugün Youtube platformunda kaç saat zaman geçirdi? / Bugün Youtube platformunda hangi videoları izledi? / Youtube yayıncılarını izledikten sonra çocuğun her zamankinden farklı olarak kullandığı bir kelime ya da kelime kalıbı oldu mu? Oldu ise lütfen detaylı bir şekilde yazınız.’.

Ebeveynler, üç gün boyunca; formda istenen bilgiler doğrultusunda, çocuğun evdeki Youtube izleme sürecini gözlemleyip, günce ile kayıt altına almıştır

3.3.3. Drama Etkinlik Planı

Drama etkinlik planı ilgili literatür ışığında, beş farklı drama eğitmeni ve uzmandan alınan görüşler doğrultusunda araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Etkinlik planı hazırlanırken; ısınma, canlandırma ve değerlendirme aşamalarına yer verilmesine ve planda yer alan yönergelerin kısa ve anlaşılır olmasına dikkat edilmiştir. Isınma aşaması, çocukların canlandırma aşaması için hazırbulunuşluluklarının artmasını hedef alan etkinliklerden oluşmaktadır. Canlandırma aşaması; çocukların, araştırmacı tarafından okunacak hikayede istedikleri karakteri seçerek canlandırmalar yapacakları doğaçlama çalışmaları içermektedir. Değerlendirme aşaması ise veri setini oluşturan 3

sorudan oluşmaktadır. Bu sorular: ‘Neden bu karakteri seçtiniz? / Siz hoşunuza giden bir şey gördüğünüzde hangi hayvanın yaptığını yaparsınız? / Kaplumbağanın kamerası şu an sizi çekiyor. Kameraya ne söylemek istersiniz?’

Etkinlik planı araştırmacı tarafından çocuklara uygulanmış ve çocuklardan elde edilen veriler drama etkinlik planı kullanılarak araştırmacı tarafından kayıt altına alınmıştır.

3.4. Veri Toplama Süreci

Araştırma kapsamında, öncelikle Kilis İl Millî Eğitim Müdürlüğü ve Kilis Valiliği’nden gerekli araştırma izinleri alınmıştır. Okulların sosyoekonomik profillerinin çıkarılması amacıyla okul müdürleri ile görüşülerek, her eğitim-öğretim yılı başında ebeveynler tarafından doldurulan formlarda yer alan bilgiler doğrultusunda çalışma grubunun sosyoekonomik profilleri çıkarılmıştır. Uzman görüşü ve ilgili formlar ışığında Kilis ili, merkez ilçede yer alan; düşük, orta ve yüksek sosyoekonomik gruba ait okullar belirlenmiştir. Belirlenen okullardan birer okul seçilmiş ve seçilen okullardaki aileler ile Youtube izleyen çocukları tespit etme ve araştırma için gerekli veli onam formlarını toplamak amacıyla görüşme yapılmıştır.

Araştırmacı Youtube izleyen çocuklar ile sınıf ortamında ve oyun zamanında bir gün geçirmiştir. Sonraki gün araştırmacı çocuklarla görüşme yapma amacıyla sınıfa gelmiş, her bir çocuğa yapacakları görüşmeye dair çocuğun gelişim düzeyine uygun açıklamalar yapmıştır. Çocuklardan gelen sorular araştırmacı tarafından yanıtlanmıştır. Araştırmacı, her bir çocukla 15 dakika süren ve 6 sorudan oluşan görüşmeleri yapmış ve yapılan görüşmeleri yarı yapılandırılmış görüşme formuna kaydetmiştir. Bir diğer veri toplama aracı olan ve ebeveynler tarafından çocukları gözlenerek doldurulması gereken Youtube güncesi için araştırmacı tarafından ebeveynler bilgilendirilmiş ve ‘Youtube Güncesi’ formu ebeveynlere verilerek formu doldurmaları istenmiştir. Form doldurulurken dikkat edilmesi gereken hususlar detaylı bir şekilde ebeveynlere açıklanmış ve ebeveynlerden gelen sorular yanıtlanmıştır. Her gün için üç sorudan oluşan form, aileler tarafından evlerinde üç gün boyunca doldurulmuştur. Çocuklarla yapılan görüşmeler tamamlandıktan üç gün sonra araştırmacı, aynı çocuklar ile sınıf ortamında, etkinlik zamanında drama etkinlik planını uygulamıştır. Etkinlik zamanında araştırmacı çocuklara kendini tanıtmış ve yapacakları etkinlik ile ilgili bilgi vermiştir. Çocukların sorularının yanıtlanmasının ardından drama etkinlik planı uygulanmıştır. Uygulanan etkinlik planında her çocuğun

süreçte aktif hale getirilmesine dikkat edilmiş, açık ve anlaşılır ifadeler kullanılmıştır. Çocuklardan elde edilen verileri drama etkinlik planına kaydetmiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma verileri, nitel veri analiz yöntemlerinden içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. İçerik analizi; metin, yazılı metin, metinsel olmayan mesaj içeriğine odaklanan resimsel görüntüler, grafik öğeler, hareketli görüntüler, sözlü olmayan davranışlar, müzik ve seslerin çözümlenmesini içerir (Neuendorf, Kumar, 2016, 1). İçerik analizinde amaç, fenomeni tanımlayan kategoriler oluşturularak bu kategorilerin ve temaların geniş bir tanımına ulaşmaktır (Elo, Kyngas, 2008, 108).

Yarı yapılandırılmış görüşme formunda, Youtube güncesinde ve drama etkinliklerinde yer alan açık uçlu sorulara verilen yanıtlar derinlemesine incelenerek kategoriler ve temalar oluşturulmuştur. Elde edilen kategoriler, grafik ve tablolar ile sunulmuştur.

Yarı yapılandırılmış görüşme formundan elde edilen nitel veriye içerik analizi ile yapılan kategorileştirme işleminin güvenilirliğini belirlemek amacıyla başka bir uzmana bağımsız bir şekilde kategorileştirme yaptırılarak uzmanlar arası güvenilirlik katsayılarından Krippendorff Alfa hesaplanmıştır. Hesaplanan Krippendorff Alfa değeri 0,95 bulunmuştur. Bu değer 0,80'in üzerinde olduğu için yapılan kategorileştirme işleminin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir.

Youtube güncesinden elde edilen nitel veriye içerik analizi ile yapılan kategorileştirme işleminin güvenilirliğini belirlemek amacıyla başka bir uzmana bağımsız bir şekilde kategorileştirme yaptırılarak puanlayıcılar arası güvenilirlik katsayılarından Krippendorff Alfa hesaplanmıştır. Hesaplanan Krippendorff Alfa değeri 0,83 bulunmuştur. Bu değer 0,80'in üzerinde olduğu için yapılan kategorileştirme işleminin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir.

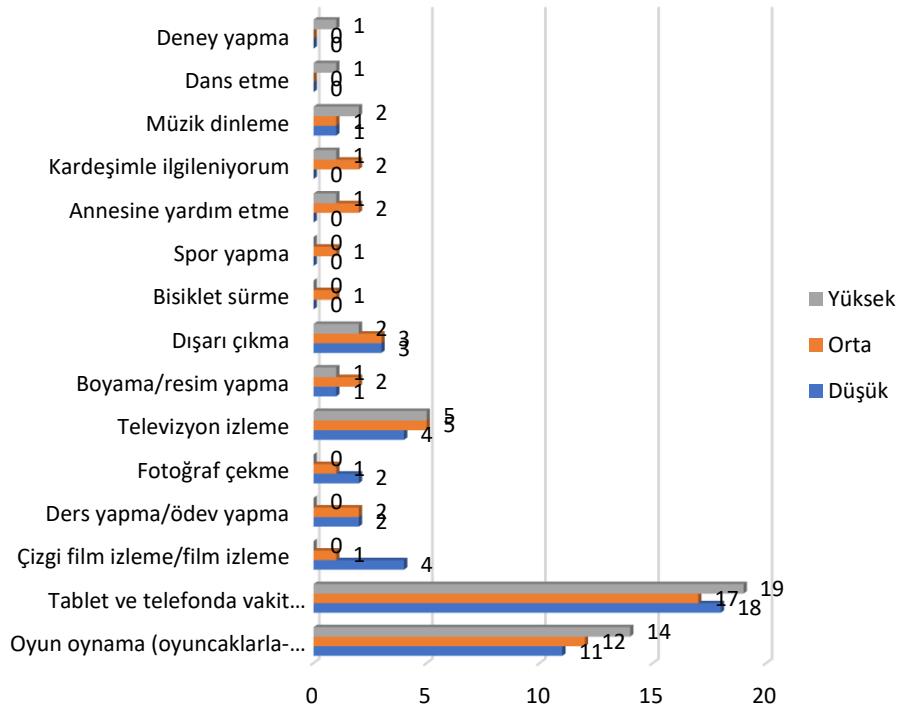
Drama planı etkinliklerinde yer alan sorulardan elde edilen nitel veriye içerik analizi ile yapılan kategorileştirme işleminin güvenilirliğini belirlemek amacıyla başka bir uzmana bağımsız bir şekilde kategorileştirme yaptırılarak puanlayıcılar arası güvenilirlik katsayılarından Krippendorff Alfa hesaplanmıştır. Hesaplanan Krippendorff Alfa değeri 0,84 bulunmuştur. Bu değer 0,80'in üzerinde olduğu için yapılan kategorileştirme işleminin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir.

4.BULGULAR

Araştırma kapsamında; yarı yapılandırılmış görüşme formu, Youtube güncesi ve drama etkinlik planında yer alan sorular ile bilgi toplanmıştır. Bu kapsamda her veri toplama aracına ilişkin bulgular sırayla sunulmuştur.

4.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formuna İlişkin Bulgular

Yarı yapılandırılmış görüşme formunun ilk sorusu, çocukların evde vakitlerini nasıl geçirdiklerine yöneliktir. Çocukların verdikleri yanıtlar neticesinde kategoriler oluşturulmuştur. Çocuklar, bir soruya birden fazla yanıt verebilmişlerdir. Çocukların evde nasıl zaman geçirdiklerine ilişkin verilerin sosyoekonomik durumlarına göre dağılımı Şekil 12’de sunulmuştur.



Şekil 12: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Evde Nasıl Zaman Geçirdiklerine İlişkin Kategoriler

Şekil 12 incelendiğinde, sosyoekonomik düzey fark etmeksizin tüm çocukların evde vakit geçirirken en çok internete girme-oyun oynama-video izleme faaliyetlerini

gerçekleştirerek tablet ve telefonla vakit geçirdikleri görülmektedir. Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların 19'u, düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların 18'i ve orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların 17'si evdeki zamanlarının çoğunda tablet ve telefonla vakit geçirdiklerini ifade etmişlerdir.

Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların evde vakit geçirirken sırayla; telefon/tablet veya bilgisayarla vakit geçirme, oyun oynama, televizyon izleme, dışarı çıkma, müzik dinleme, dans etme, resim yapma, annesine yardım etme ve deney yapma faaliyetlerini yaptıkları görülmektedir. Orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların sırayla; telefon/ tablet ve bilgisayarla vakit geçirme, oyun oynama, televizyon izleme, annesine yardım etme, dışarı çıkma, kardeşiyle ilgilenme, annesine yardım etme, resim yapma, çizgi film izleme faaliyetlerini yapmaktadır. Düşük sosyoekonomik gruptaki çocuklarsa; telefon/tablet ve bilgisayarla vakit geçirme, oyun oynama, televizyon izleme ve çizgi film izleme faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.

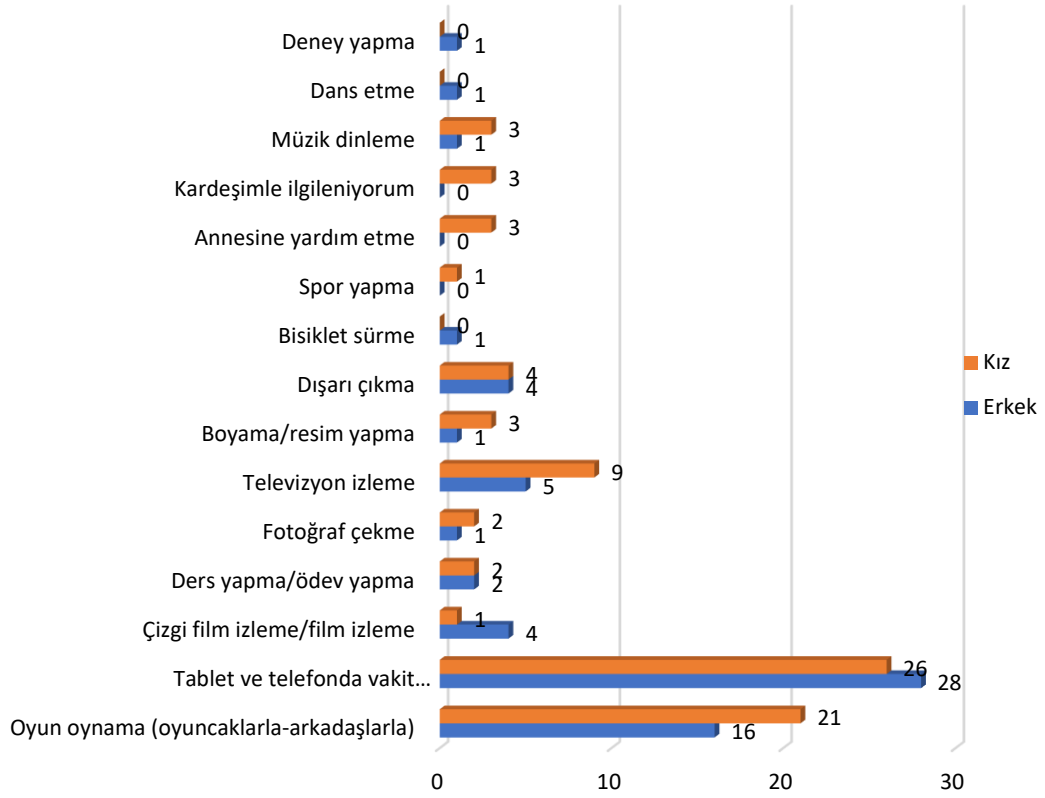
Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocuklardan evde zaman geçirirken; çizgi film izleme/film izleme, ders yapma/ödev yapma, fotoğraf çekme, bisiklet sürme, spor yapma gibi faaliyetler yaptıklarını söyleyen çocuk; düşük ve orta sosyoekonomik düzeydeki çocuklardan ise evdeki zamanlarında dans etme ve deney yapma gibi faaliyetlerde bulunduklarını ifade eden çocuk bulunmamaktadır. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Babamın bakkalı var. Bakkala gidiyorum ve orada telefonla oynuyorum.' (D20)

'Sürekli canım sıkılıyor. Bazen bisiklet sürüyorum. Tabletle, telefonla oynuyorum. Tablette her gün oynuyorum ama tabletim şu an tamirde çok üzgünüm.' (O6)

'Kuzenim bize geliyor. Bilgisayar oynuyorum, telefon oynuyorum, oyuncaklarla oynuyorum.' (Y17)

Çocukların evde nasıl zaman geçirdiklerine ilişkin oluşturulan kategorilerin cinsiyete göre dağılımı Şekil 13 'de sunulmuştur.



Şekil 13: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Evde Nasıl Zaman Geçirdiklerine İlişkin Kategoriler

Şekil 13 incelendiğinde, çocukların evde vakit geçirirken en çok yaptıkları faaliyet olan tablet ve telefonla vakit geçirme için kızların 26'sı ve erkeklerin 28'inin tablet ve telefon ile vakit geçirdiklerini söyledikleri görülmektedir. Evde oyun oynayarak vakit geçiren çocuklar açısından bakıldığında ise 21'i kız ve 16'sı erkektir. Kız çocuklarının, erkek çocuklarına göre daha çok oyuncak ve arkadaşla oyun oynamayı tercih ettiği görülmektedir. Televizyon izleme faaliyetlerinde benzer şekilde kız çocuklarının (f = 9) erkek çocuklarına göre daha fazla yaptığı belirlenmiştir. Araştırmaya katılan kız çocuklarının evde zaman geçirirken; deney yapma, dans etme ve bisiklet yapma gibi faaliyetleri yapmadıkları; araştırmaya katılan erkek çocuklarının ise kardeşiyle ilgilenme, annesine yardım etme, spor yapma gibi faaliyetleri yapmadığı saptanmıştır. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Telefonla oynuyorum, bebeklerimi uyutuyorum ve yemek yediriyorum.' (D16, K)

'Kardeşimle oyun oynuyorum bir de Youtube'a giriyorum.' (O1, E)

'Televizyon izliyorum, telefon izliyorum. Annemin sözünü dinliyorum.' (Y11, K)

Çocukların evde nasıl zaman geçirdiklerine ilişkin oluşturulan kategorilerin sosyoekonomik durumlara ve cinsiyetlere göre dağılımı Tablo 3’de sunulmuştur.

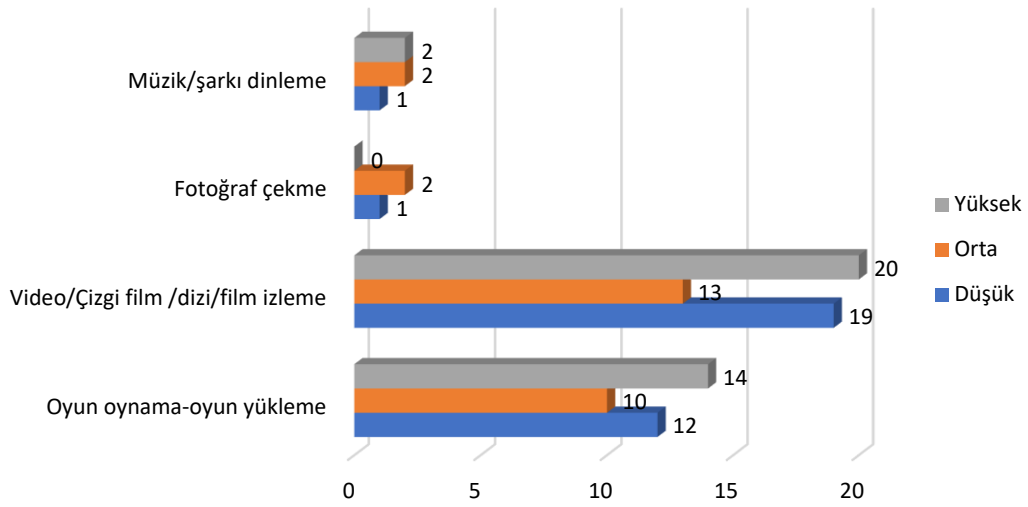
Tablo 3: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Evde Nasıl Zaman Geçirdiklerine İlişkin Kategoriler

Kategoriler	Düşük		Orta		Yüksek		T
	E	K	E	K	E	K	
Oyun oynama (oyuncaklarla-arkadaşlarla)	5	6	3	9	8	6	37
Tablet ve telefonda vakit geçirme	11	7	7	10	10	9	54
Çizgi film izleme/film izleme	4	0	0	1	0	0	5
Ödev yapma	1	1	1	1	0	0	4
Fotoğraf çekme	1	1	0	1	0	0	3
Televizyon izleme	2	2	1	4	2	3	14
Boyama/resim yapma	0	1	1	1	0	1	4
Dışarı çıkma	2	1	1	2	1	1	8
Bisiklet sürme	0	0	1	0	0	0	1
Spor yapma	0	0	0	1	0	0	1
Annesine yardım etme	0	0	0	2	0	1	3
Kardeşleriyle İlgilenme	0	0	0	2	0	1	3
Müzik dinleme	0	1	0	1	1	1	4
Dans etme	0	0	0	0	1	0	1
Deney yapma	0	0	0	0	1	0	1

Tablo 3 incelendiğinde, çocukların evde zaman geçirirken en çok yaptıkları faaliyetlerin tablet ve telefonla vakit geçirme (f = 54), arkadaşlarıyla-oyuncaklarıyla oyun oynama (f = 37) ve televizyon izleme (f = 14) olduğu görülmektedir. Düşük sosyoekonomik düzeyde tablet ve telefonla vakit geçiren çocukların 11’i erkek ve 7’si kız; orta sosyoekonomik düzeydekilerin 7’si erkek ve 10’u kız; yüksek sosyoekonomik düzeydekilerin 10’u erkek ve 9’u kızdır. Düşük sosyoekonomik düzeyde arkadaşlarıyla-oyuncaklarıyla oyun oynayarak vakit geçiren çocukların 5’i

erkek ve 6'sı kız; orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların 3'ü erkek ve 9'u kız; yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların ise 8'i erkek ve 6'sı kızdır. Evde vakit geçirirken çizgi film/film izlediğini ifade eden 5 çocuktan 4'ü düşük sosyoekonomik düzeye sahip erkek çocuğudur. Annesine yardım ettiğini ve kardeşi ile ilgilendiğini söyleyen çocuklar ise orta ve yüksek sosyoekonomik düzeydeki kız çocuklarıdır. Dans etme ve deney faaliyetleri yaptığını ifade eden çocuklar ise yüksek sosyoekonomik düzeydeki erkek çocuklardır.

Çocukların telefon / tablet / bilgisayarda neler yaptıklarına ilişkin oluşturulan kategorilerin sosyoekonomik durumlara göre dağılımı Şekil 14' de sunulmuştur.



Şekil 14: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Telefon / Tablet / Bilgisayarda Neler Yaptıklarına İlişkin Verdikleri Yanıtlar

Şekil 14 incelendiğinde, çocukların telefon/tablet/bilgisayarda en çok yaptıkları faaliyet olan video/çizgi film/dizi/film izleme faaliyetlerini yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların 20'sinin, orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların 13'ünün ve düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların 19'unun yaptığı görülmektedir. Buna göre araştırma grubundaki yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların hepsinin ve düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların ise hemen hemen hepsinin telefon/tablet/bilgisayarda, video/çizgi film/dizi/film izledikleri söylenebilir. Telefon/tablet/bilgisayarda oyun oynama-oyun yükleme işlemini yaptığını söyleyen çocukların 14'ü yüksek sosyoekonomik düzeyde, 10'u orta sosyoekonomik düzeyde ve 12'si düşük sosyoekonomik düzeydedir. Telefon/tablet/bilgisayarda müzik/şarkı dinlediklerini ifade eden çocukların ise 2'si yüksek sosyoekonomik düzeyde, 2'si orta sosyoekonomik düzeyde ve 1'i düşük sosyoekonomik düzeydedir.

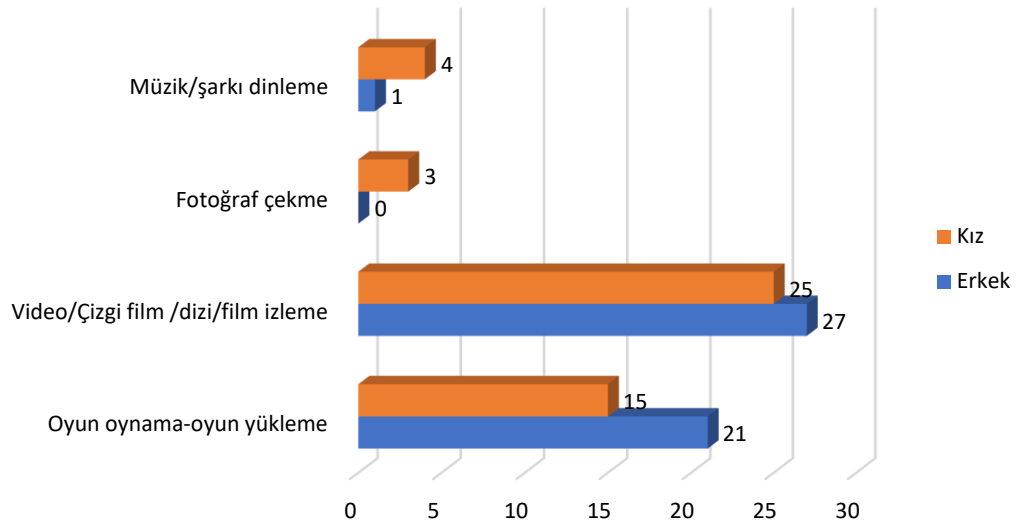
Telefon/tablet/bilgisayarda fotoğraf çektiklerini ifade eden çocukların 2'si orta sosyoekonomik düzeyde, 1'i düşük sosyoekonomik düzeyde iken sosyoekonomik düzeyi yüksek olan çocuklarda telefon/tablet/bilgisayarda vakit geçirirken fotoğraf çektiğini söyleyen çocuk bulunmamaktadır. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Video izliyorum bir de araba yarışı oynuyorum.' (D3)

'Kazım Usta var. Oyun oynuyor ben de onu izliyorum' (O19)

'Elif var onu izliyorum. Oyun oynuyorum bir de Youtube da video izliyorum.' (Y2)

Çocukların telefon / tablet / bilgisayarda neler yaptıklarına ilişkin oluşturulan kategorilerin cinsiyetler göre dağılımı Şekil 15'de sunulmuştur.



Şekil 15: Çocukların Cinsiyete Göre Telefon / Tablet / Bilgisayarda Neler Yaptıklarına İlişkin Verdikleri Yanıtlar

Şekil 15 incelendiğinde, telefon/tablet/bilgisayarda en çok yaptıkları faaliyet olan video/çizgi film/dizi/film izleme faaliyetlerini yaptığını ifade eden çocukların 25'inin kız ve 27'sinin erkek olduğu görülmektedir. Telefon/tablet/bilgisayarda oyun oynama-oyun yükleme işlemini yaptığını söyleyen çocukların 15'i kız ve 21'i erkektir. Buna göre, erkek çocuklarının telefon/tablet/bilgisayarda oyun oynamaya-oyun yükleme davranışının kız çocuklarına göre daha fazla olduğu söylenebilir. Telefon/ tablet/ bilgisayarda müzik/ şarkı dinlediklerini ifade eden çocukların ise 4'ü kız ve 1'i erkektir. Telefon/ tablet/ bilgisayarda fotoğraf çektiklerini ifade eden çocukların ise hepsi kızdır. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Ablamın telefonu var. Ondan kendimi çekiyorum. Video izliyorum, çizgi film izliyorum.' (D6, K)

'Sevdiğim şarkılar var. Onları dinliyorum.' (015, K)

'Tek video izliyorum. Videoda oyun hamuru yapıyorlar, slime yapıyorlar.' (Y14, E)

Çocukların telefon / tablet / bilgisayarda neler yaptıklarına ilişkin oluşturulan kategorilerin sosyoekonomik düzeylere ve cinsiyetlere göre dağılımı Tablo 4'de sunulmuştur.

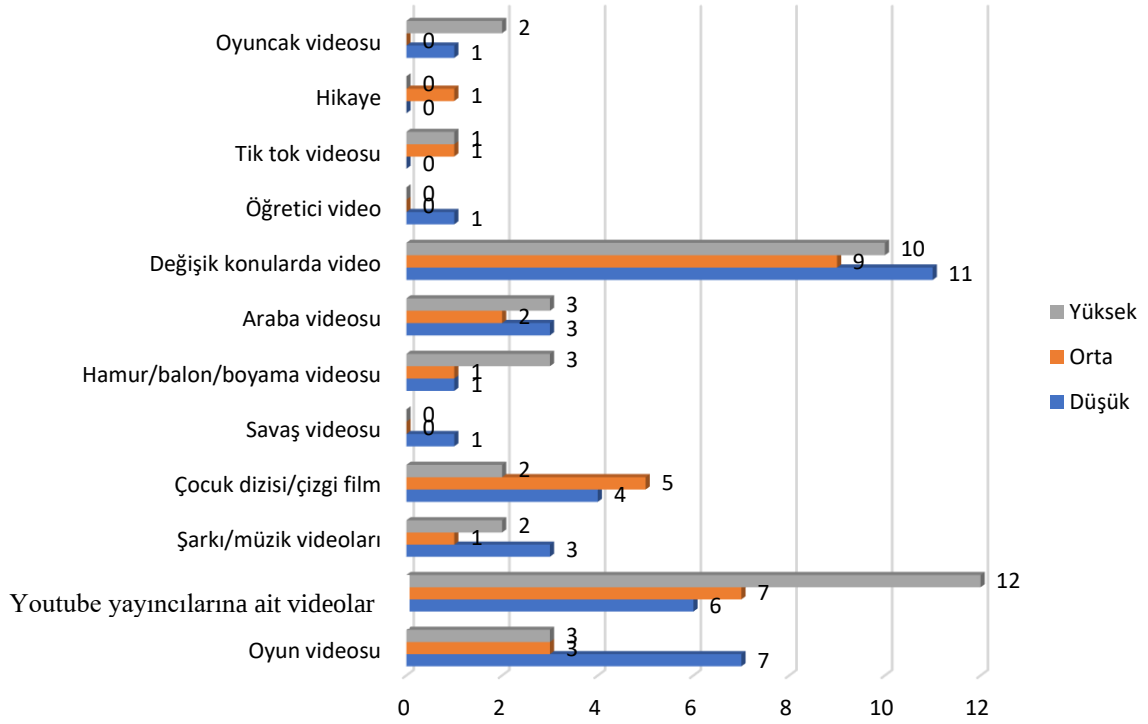
Tablo 4: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Telefon / Tablet / Bilgisayarda Neler Yaptıklarına İlişkin Verdikleri Yanıtlar

Kategoriler	Düşük		Orta		Yüksek		Toplam
	Erkek	Kız	Erkek	Kız	Erkek	Kız	
Oyun oynama-oyun yükleme	10	2	4	6	7	7	36
Video/Çizgi film /dizi/film izleme	11	8	6	7	10	10	52
Fotoğraf çekme	0	1	0	2	0	0	3
Müzik/şarkı dinleme	0	1	0	2	1	1	5

Tablo 4 incelendiğinde, tablet/telefon/bilgisayarda çocukların en çok yaptıkları faaliyetin video/çizgi film/dizi/film izleme (f = 52) ve oyun oynama-oyun yükleme (f = 36) olduğu görülmektedir. Düşük sosyoekonomik düzeyden çocuklardan video/çizgi film/dizi/film izleyenlerin 11'i erkek 8'i kız; orta sosyoekonomik düzeydekilerin 6'sı erkek ve 4'ü kız ve yüksek sosyoekonomik düzeydekilerin 10'u erkek 10'u kızdır. Düşük sosyoekonomik düzeyden çocuklardan oyun oynayan-oyun yükleyenlerin 10'u erkek 2'si kız; orta sosyoekonomik düzeydekilerin 4'ü erkek ve 6'sı kız ve yüksek sosyoekonomik düzeydekilerin 7'si erkek 7'si kızdır.

Yarı yapılandırılmış görüşme formunun bir diğer sorusu ise çocukların daha önce Youtube'u duyup duymadıkları ile ilgilidir. Sosyoekonomik durum ve cinsiyet fark etmeksizin araştırmaya katılan çocukların tamamı daha önce Youtube platformunu duymuştur.

Yarı yapılandırılmış görüşme formunun bir diğer sorusu ise çocukların Youtube da hangi videoları izlediği yöneliktir. Çocukların verdikleri yanıtlar detaylı bir şekilde incelenerek gruplandırılmış ve kategoriler oluşturulmuştur. Çocukların Youtube da hangi videoları izlediklerinin sosyoekonomik durumlarına göre dağılımı Şekil 16'da sunulmuştur.



Şekil 16: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Youtube’da Hangi Videoları İzlediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar

Şekil 16 incelendiğinde, çocukların genel olarak değişik konularda videolar izledikleri görülmektedir. Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların daha çok ve Youtube yayıncılarına ait videoları izledikleri belirlenmiştir. Orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların ise daha çok Youtube yayıncılarını ve çocuk dizisi/çizgi film videosu izledikleri saptanmıştır. Düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların daha çok oyun videosu ve Youtube yayıncılarına ait videoları izledikleri tespit edilmiştir. Bulgular incelendiğinde, sosyoekonomik düzey fark etmeksizin çocukların Youtube yayıncılarını izledikleri görülmektedir. Youtube yayıncılarını izlediğini ifade eden çocukların 12’si yüksek sosyoekonomik düzeyde, 7’si orta sosyoekonomik düzeyde ve 6’sı düşük sosyoekonomik düzeydedir. Oyun videosu izleyen çocukların ise 7’sinin yüksek sosyoekonomik düzeyde, 3’ünün orta sosyoekonomik düzeyde ve 3’ünün düşük sosyoekonomik düzeyde olduğu saptanmıştır. Çocuk dizisi/çizgi film izleyen çocukların ise 2’sinin yüksek sosyoekonomik düzeyde, 5’inin orta sosyoekonomik düzeyde ve 4’ünün düşük sosyoekonomik düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Şarkı/müzik videosu izleyen çocuklara bakıldığında ise 2’sinin yüksek sosyoekonomik düzeyde, 1’inin orta sosyoekonomik düzeyde ve 3’ünün düşük sosyoekonomik

düzeyde olduğu belirlenmiştir. Yüksek sosyoekonomik düzeyden 2 çocuk oyuncak videosu izlediğini, 1'i Tiktok videosu izlediğini ve 3'ü araba videosu izlediğini ifade ederken; yüksek sosyoekonomik düzeyden çocuklar arasında öğretici video ve savaş videosu izlediklerini ifade eden çocuk bulunmamaktadır. Orta sosyoekonomik düzeyden 1 çocuk hikaye videosu, 1 çocuk Tiktok videosu izledikleri belirlenirken; orta sosyoekonomik düzeyden oyuncak videosu, öğretici video ve savaş videosu izleyen çocuk bulunmadığı belirlenmiştir. Düşük sosyoekonomik düzeyden ise 1 çocuk oyuncak videosu, 1 çocuk öğretici video ve 1 çocuk savaş videosu izlediğini belirtirken; düşük sosyoekonomik düzeyden çocuklar arasında hikaye videosu ve Tiktok videosu izlediğini ifade eden çocuk bulunmamaktadır. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

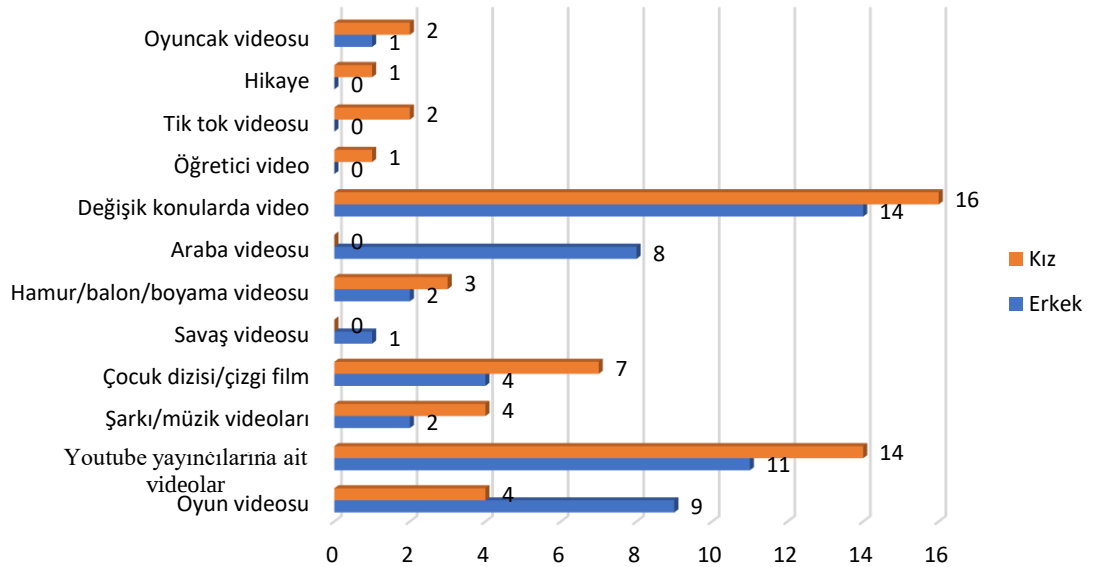
'Araba videosu, korkunç videolar, makas tutma videosu izliyorum.' (D5)

'Fatih Selim'i izliyorum. Çok güzel bir akülü arabası var.' (O13)

'Araba videosu, oyun videosu izliyorum. Sonra arkalarına oyuncak saklıyorlar,

'Sürpriz' diyorlar. Oyunağı alıyorlar.' (Y8)

Çocukların Youtube da hangi videoları izlediklerinin cinsiyetlerine göre dağılımı Şekil 17'de sunulmuştur.



Şekil 17: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Youtube'da Hangi Videoları İzlediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar

Şekil 17 incelendiğinde erkek çocuklarının daha çok oyuncak videosu, Youtube yayıncılarına ait videoları ve araba videosu izledikleri görülürken kız çocuklarının

daha çok çocuk dizisi/çizgi film videosu ve Youtube yayıncılarını izledikleri görülmektedir. Bulgular incelendiğinde, cinsiyet fark etmeksizin çocukların Youtube yayıncılarını izledikleri belirlenmiştir. Youtube yayıncılarına ait videosu izleyen çocukların 11'i erkek, 14'ü kız; oyun videosu izleyen çocukların 9'u erkek, 4'ü kız; çocuk dizisi/çizgi film izleyen çocukların 4'ü erkek 7'si kız; şarkı/müzik videoları izleyenlerin 2'si erkek 4'ü kız ve oyuncak videosu izleyenlerin 1'i erkek 2'si kızdır. Erkek çocuklardan hikaye, Tiktok ve öğretici video izleyen bulunmazken, kız çocuklarından araba ve savaş videosu izleyen bulunmamaktadır. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Ablam kendi kendini çekiyor. İnternete koyuyor. Kanalı var ben de onu izliyorum.'
(D10, K)

'Hikaye kanalları izliyoruz annemle. 7 keçili bir hikaye var onu izledik.' (O9, K)

'Acı yeme challenge izliyorum. Enes Batur'un challengeleri var onları izliyorum.'
(Y20, E)

Çocukların Youtube da hangi videoları izlediklerinin sosyoekonomik düzeylere ve cinsiyetlere göre dağılımı Tablo 5'de sunulmuştur

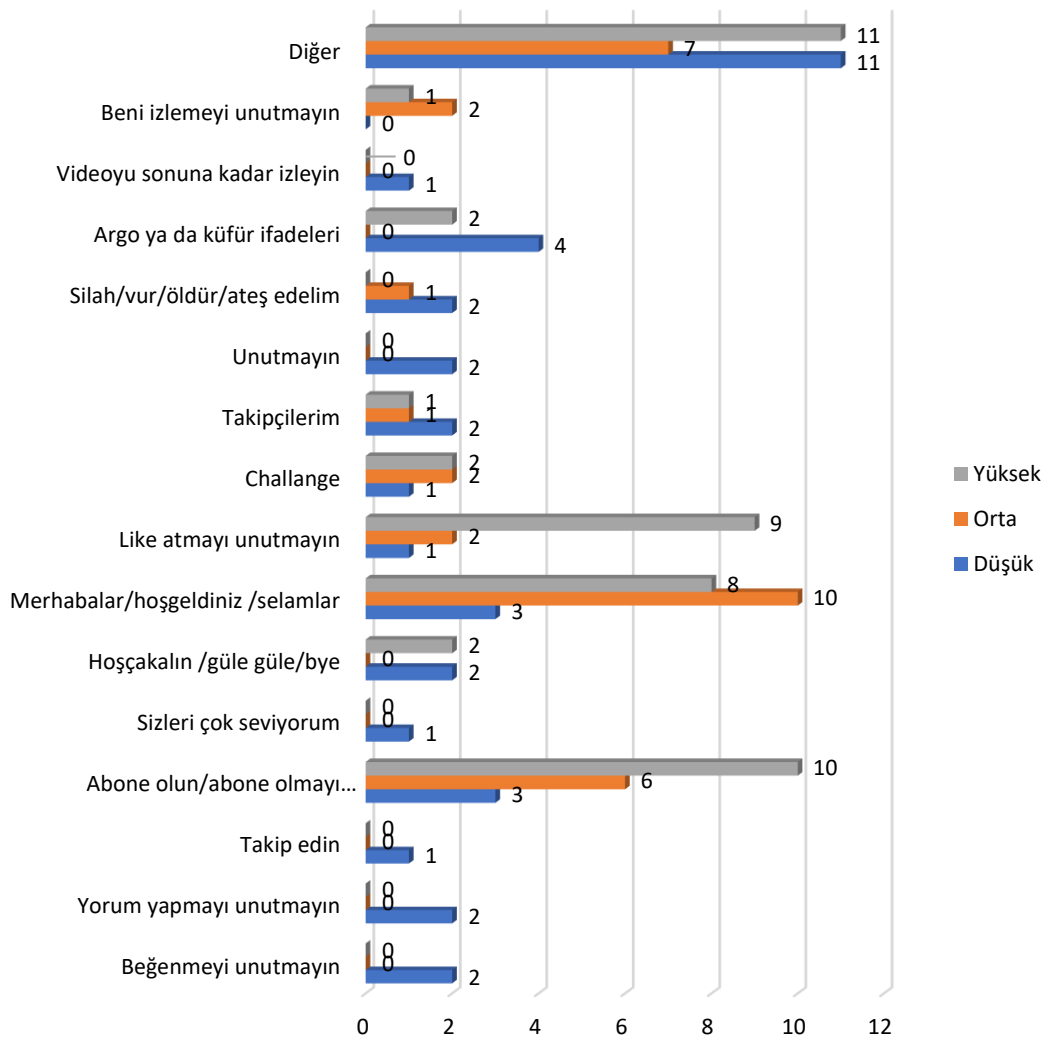
Tablo 5: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Youtube'da Hangi Videoları İzlediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar

Kategoriler	Düşük		Orta		Yüksek		Toplam
	Erkek	Kız	Erkek	Kız	Erkek	Kız	
Oyun videosu	5	2	1	2	3	0	13
Youtube yayıncıları	2	4	3	4	6	6	25
Şarkı/müzik videoları	1	2	1	0	0	2	6
Çocuk dizisi/çizgi film	1	3	2	3	1	1	11
Savaş videosu	1	0	0	0	0	0	1
Hamur/balon/boyama videosu	1	0	0	1	1	2	5
Araba videosu	3	0	2	0	3	0	8
Değişik konularda video	7	4	2	7	5	5	30
Öğretici video	0	1	0	0	0	0	1
Tik tok videosu	0	0	0	1	0	1	2
Hikaye	0	0	0	1	0	0	1
Oyuncak videosu	0	1	0	0	1	1	3

Tablo 5 incelendiğinde, düşük sosyoekonomik düzeydeki çocuklardan Youtube yayıncılarını izleyenlerin 2'si erkek 2'ü kız; orta sosyoekonomik düzedeekilerin 3'ü erkek 4'ü kız ve yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların 6'sı erkek ve 6'sı kız olarak görülmektedir. Oyun videosu izleyen kız çocukların 2'si düşük sosyoekonomik

düzeyde, 2'si orta sosyoekonomik düzeyde iken, erkek çocuklarının 5'i düşük sosyoekonomik düzeyde, 1'i orta sosyoekonomik düzeyde ve 3'ü yüksek sosyoekonomik düzeydedir.

Yarı yapılandırılmış görüşme formunun bir diğer sorusu ise çocukların videoda izledikleri kişilerin neler söylediklerine yöneliktir. Çocukların verdikleri yanıtlar detaylı bir şekilde incelenerek gruplandırılmış ve kategoriler oluşturulmuştur. Çocukların videoda izledikleri kişilerin neler söylediklerinin sosyoekonomik durumlarına göre dağılımı Şekil 18'de sunulmuştur.



Şekil 18: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Videodaki Kişilerin Neler Söylediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar

Şekil 18 incelendiğinde, çocukların izledikleri videolarda yer alan kişilerin söyledikleri kelime kalıplarına ilişkin çocukların cevaplarının genel olarak; merhabalar/hoş geldiniz/selamlar gibi karşılama ifadeleri, abone olun/abone olmayı

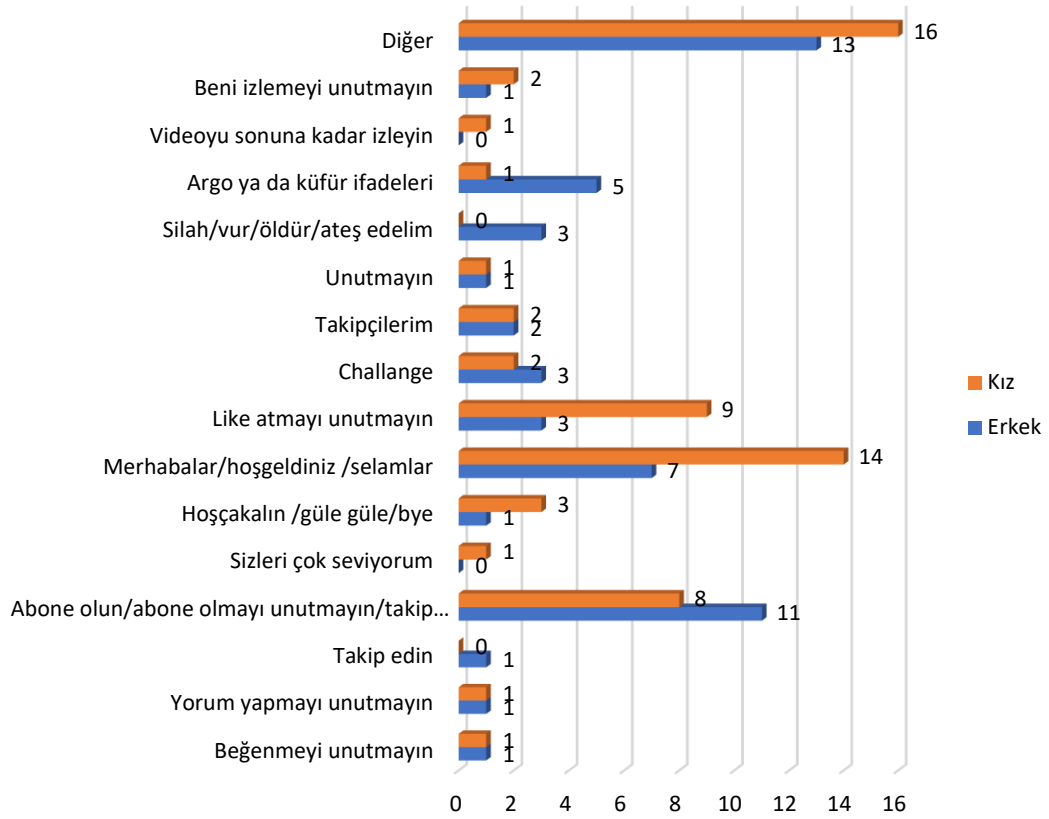
unutmayın/takip edin ve like atmayı unutmayın gibi cümleler olduğu görülmektedir. Videodaki kişilerin merhabalar/hoş geldiniz/selamlar sözünü söylediklerini ifade eden çocukların 8'i yüksek sosyoekonomik düzeyde, 10'u orta sosyoekonomik düzeyde ve 3'ünün düşük sosyoekonomik düzeyde olduğu belirlenmiştir. Videodaki kişilerin 'Abone olun' / 'Abone olmayı unutmayın' / 'Takip edin' sözünü söylediklerini ifade eden çocukların 10'u yüksek sosyoekonomik düzeyde, 6'sı orta sosyoekonomik düzeyde ve 3'ünün düşük sosyoekonomik düzeyde olduğu belirlenmiştir. Videodaki kişilerin 'Like atmayı unutmayın' kalıbını söylediklerini ifade eden çocukların 9'unun yüksek sosyoekonomik düzeyde, 2'sinin orta sosyoekonomik düzeyde ve 1'inin düşük sosyoekonomik düzeyde olduğu görülmektedir. 'Beğenmeyi unutmayın', 'Yorum yapmayı unutmayın', 'Takip edin', 'Sizleri çok seviyorum', 'Videoyu sonuna kadar izleyin' sözlerini söyleyen çocukların sadece düşük sosyoekonomik düzeydeki çocuklar olduğu saptanmıştır. Videodaki kişilerin argo ya da küfür ifadelerini kullandıklarını söyleyen çocukların 2'si yüksek sosyoekonomik düzeyde ve 4'ü düşük sosyoekonomik düzeydedir. Videodaki kişilerin 'Challenge' ifadesini kullandıklarını söyleyen çocukların 2'si yüksek sosyoekonomik düzeyde, 2'si orta sosyoekonomik düzeyde ve 1'i düşük sosyoekonomik düzeydedir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Kötü kelimeler söylüyor bir de adam olacaksın diyor.' (D18)

'Kanalıma hoş geldiniz!' (015)

'Merhaba arkadaşlar, like atmayı unutmayın bir de bugün sizlerle bir challenge yapacağız diyorlar.' (Y6)

Çocukların videoda izledikleri kişilerin neler söylediklerinin cinsiyete göre dağılımı Şekil 19' da sunulmuştur.



Şekil 19: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Videodaki Kişilerin Neler Söylediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar

Sekil 19 incelendiğinde, videodaki kişilerin ‘Merhabalar’ / ‘Hoş geldiniz’/ ‘Selamlar’ kalıplarını söylediklerini ifade eden çocukların 14’ünün kız 7’sinin erkek, ‘Abone olun’/ ‘Abone olmayı unutmayın’/ ‘Takip edin’ kalıplarını ifade eden çocukların 8’inin kız ve 11’inin erkek; ‘Like atmayı unutmayın’ cümlesini ifade eden çocuklarının ise 9’unun kız 3’ünün erkek olduğu görülmektedir. Videodaki kişilerin argo ya da küfür ifadelerini kullandıklarını söyleyen çocukların 1’i kız 5’i erkek, ‘Challenge’ ifadesini kullandıklarını söyleyen çocukların 2’si kız 3’ü erkektir. Videodaki kişilerin ‘Silah’/ ‘Vur’/ ‘Öldür’/ ‘Ateş edelim’ gibi ifadeleri kullandığını söyleyen kız çocuğu bulunmazken, 3 erkek çocuğu videodaki kişilerin bu ifadeleri kullandıklarını söyledikleri belirlenmiştir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

‘Silah, kaçma, dur, vur onu!’ (D4, E)

‘Like atmayı unutmayın.’ (O7, K)

‘Bugün içecek videosu yapıyoruz. Hadi başlayalım. Kanalıma abone olmayı ve like atmayı unutmayın. Bye!’ (Y14, E)

Çocukların videoda izledikleri kişilerin neler söylediklerinin sosyoekonomik düzeylerine ve cinsiyete göre dağılımı Tablo 6’da sunulmuştur.

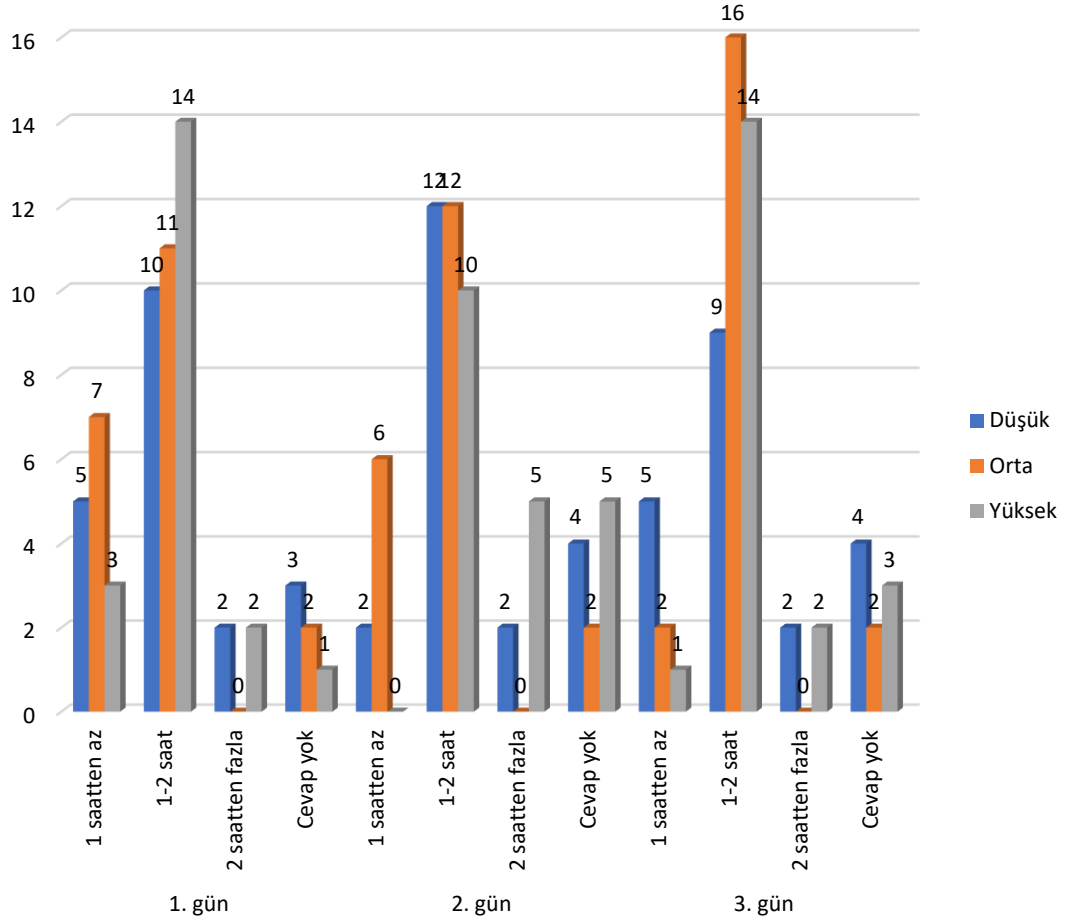
Tablo 6: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Videodaki Kişilerin Neler Söylediklerine İlişkin Verdikleri Yanıtlar

	Düşük		Orta		Yüksek		Toplam
	Erkek	Kız	Erkek	Kız	Erkek	Kız	
Beğenmeyi unutmayın	1	1	0	0	0	0	2
Yorum yapmayı unutmayın	1	1	0	0	0	0	2
Takip edin	1	0	0	0	0	0	1
Abone olun/Abone olmayı unutmayın/Takip edin	2	1	4	2	5	5	19
Sizleri çok seviyorum	0	1	0	0	0	0	1
Hoşçakalın /Güle güle/Bye	0	2	0	0	1	1	4
Merhabalar/Hoşgeldiniz /Selamlar	0	3	3	7	4	4	21
Like atmayı unutmayın	1	0	0	2	2	7	12
Challenge	1	0	1	1	1	1	5
Takipçilerim	1	1	1	0	0	1	4
Unutmayın	1	1	0	0	0	0	2
Silah/Vur/Öldür/Ateş edelim	2	0	1	0	0	0	3
Argo ya da küfür ifadeleri	4	0	0	0	1	1	6
Videoyu sonuna kadar izleyin	0	1	0	0	0	0	1
Beni izlemeyi unutmayın	0	0	1	1	0	1	3
Diğer	6	5	2	5	5	6	29

Tablo 6 incelendiğinde, videodaki kişilerin ‘Merhabalar’/ ‘Hoş geldiniz’/ ‘Selamlar’ gibi ifadeler kullandığını söyleyen düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların 3’ünün de kız olduğu; orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların 3’ünün erkek 7’sinin kız olduğu ve yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların 4’ünün kız 4’ünün erkek olduğu görülmektedir. Videodaki kişilerin ‘Abone olun’/ ‘Abone olmayı unutmayın’/ ‘Takip edin’ gibi ifadeler kullandığını söyleyen düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların 2’sinin erkek, 1’inin kız olduğu; orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların 4’ünün erkek 2’sinin kız olduğu ve yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların 5’inin kız 4’inin erkek olduğu belirlenmiştir.

4.2. Youtube Güncesine İlişkin Bulgular

Ebeveynlerden çocuklarının Youtube platformunda geçirdikleri zamanları üç gün boyunca gözlemleyerek yazmaları istenmiştir. Üç gün boyunca çocukların Youtube platformunda geçirdikleri zamanının sosyoekonomik düzeye göre dağılımı Şekil 20’de gösterilmiştir.



Şekil 20: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Youtube Platformunda Zaman Geçirme Süreleri

Şekil 20 incelendiğinde, birinci gün bir saatten az Youtube izleyen çocukların 5’inin düşük sosyoekonomik düzeyde, 7’sinin orta sosyoekonomik düzeyde, 3’ünün yüksek sosyoekonomik düzeyde olduğu görülmektedir. Birinci gün 1-2 saat arasında Youtube izleyen çocukların 10’unun düşük sosyoekonomik düzeyde, 11’inin orta sosyoekonomik düzeyde, 14’ünün yüksek sosyoekonomik düzeyde olduğu belirlenmiştir. Birinci gün 2 saatten fazla Youtube izleyen çocukların 2’sinin düşük sosyoekonomik düzeyde ve 2’sinin yüksek sosyoekonomik düzeyde olduğu belirlenmiştir. Birinci gün çocukların çoğunluğunun 1-2 saat arasında Youtube da video izledikleri görülmektedir. İkinci gün bir saatten az Youtube izleyen çocukların

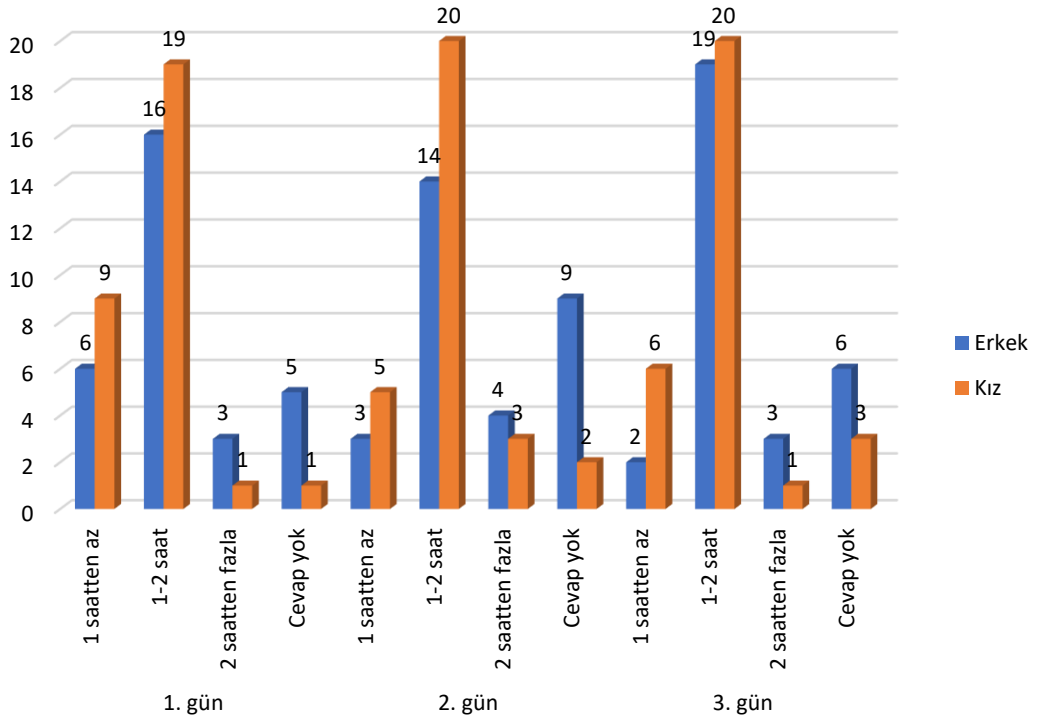
2'sinin düşük sosyoekonomik düzeyde, 6'sının orta sosyoekonomik düzeyde olduğu görülmektedir. İkinci gün 1-2 saat arasında Youtube izleyen çocukların 12'sinin düşük sosyoekonomik düzeyde, 12'sinin orta sosyoekonomik düzeyde, 10'unun yüksek sosyoekonomik düzeyde olduğu saptanmıştır. İkinci gün 2 saatten fazla Youtube izleyen çocukların 2'sinin düşük sosyoekonomik düzeyde ve 5'inin yüksek sosyoekonomik düzeyde olduğu tespit edilmiştir. İkinci gün çocukların çoğunluğunun 1-2 saat arasında Youtube platformunda video izledikleri görülmektedir. Üçüncü gün bir saatten az Youtube izleyen çocukların 5'inin düşük sosyoekonomik düzeyde, 2'sinin orta sosyoekonomik düzeyde, 1'inin yüksek sosyoekonomik düzeyde olduğu görülmektedir. Üçüncü gün 1-2 saat arasında Youtube izleyen çocukların 9'unun düşük sosyoekonomik düzeyde, 16'sının orta sosyoekonomik düzeyde, 14'ünün yüksek sosyoekonomik düzeyde olduğu belirlenmiştir. Üçüncü gün 2 saatten fazla Youtube izleyen çocukların 2'sinin düşük sosyoekonomik düzeyde ve 2'sinin yüksek sosyoekonomik düzeyde olduğu belirlenmiştir. Üçüncü gün çocukların çoğunluğunun 1-2 saat arasında Youtube platformunda video izledikleri görülmektedir. Birinci, ikinci ve üçüncü günlerde orta sosyoekonomik düzeyde iki saatten fazla Youtube izleyen çocuk bulunmamaktadır. Yüksek sosyoekonomik grupta Youtube platformunda iki saatin üzerinde vakit geçiren çocuk sayısının, orta ve düşük gruptaki çocuk sayısından fazla olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Çocuğum Youtube'da günde 2 saat video izledi.' (D6)

'Günde 1 saat telefondan Youtube izledi.' (O1)

'Yarım saat.' (Y4)

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre, üç gün boyunca çocukların Youtube platformunda geçirdikleri zamanının cinsiyete göre dağılımı Şekil 21'de gösterilmiştir.



Şekil 21: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Youtube Platformunda Zaman Geçirme Süreleri

Şekil 21 incelendiğinde, birinci gün bir saatten az Youtube izleyen çocukların 6'sının erkek ve 9'unun kız olduğu görülmektedir. Birinci gün 1-2 saatte Youtube izleyen çocukların 16'sının erkek ve 19'unun kız olduğu, 2 saatten fazla Youtube izleyen çocukların 3'ünün erkek ve 1'inin kız olduğu saptanmıştır. İkinci gün bir saatten az Youtube izleyen çocukların 3'ünün erkek ve 5'inin kız olduğu tespit edilmiştir. İkinci gün 1-2 saatte Youtube izleyen çocukların 14'ünün erkek ve 20'sinin kız olduğu; ikinci gün 2 saatten fazla Youtube izleyen çocukların 4'ünün erkek ve 3'ünün kız olduğu saptanmıştır. Üçüncü gün bir saatten az Youtube izleyen çocukların 2'sinin erkek ve 6'sının kız olduğu; 1-2 saat Youtube izleyen çocukların 19'unun erkek ve 20'sinin kız olduğu; 2 saatten fazla Youtube izleyen çocukların 3'ünün erkek ve 1'inin kız olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Günde bir saat izledi, ablası canlı derse girdiği için telefonu verdi.' (D16, K)

'Bir saat izledi.' (O20, K)

'1 ile 2,5 saat arasında video izledi.' (Y1, E)

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre, çocukların üç gün boyunca Youtube platformunda geçirdikleri zamanının cinsiyet ve sosyoekonomik düzeye göre dağılımı Tablo 7’de gösterilmiştir.

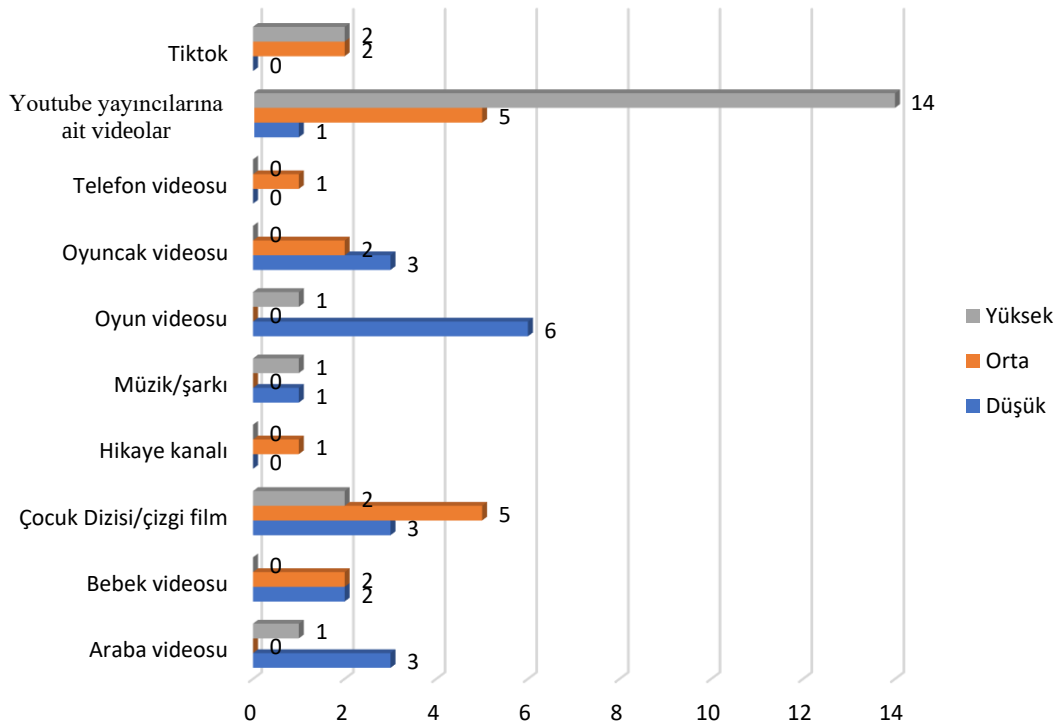
Tablo 7: Çocukların Cinsiyet ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Youtube Platformunda Zaman Geçirme Süreleri

		Düşük		Orta		Yüksek		
		Erkek	Kız	Erkek	Kız	Erkek	Kız	Toplam
1. gün	1 saatten az	2	3	3	4	1	2	15
	1-2 saat	6	4	4	7	6	8	35
	2 saatten fazla	1	1	0	0	2	0	4
	Cevap yok	3	0	1	1	1	0	6
2. gün	1 saatten az	1	1	2	4	0	0	8
	1-2 saat	6	6	5	7	3	7	34
	2 saatten fazla	1	1	0	0	3	2	7
	Cevap yok	4	0	1	1	4	1	11
3. gün	1 saatten az	2	3	0	2	0	1	8
	1-2 saat	6	3	7	9	6	8	39
	2 saatten fazla	1	1	0	0	2	0	4
	Cevap yok	3	1	1	1	2	1	9

Tablo 7 incelendiğinde, düşük sosyoekonomik düzeydeki çocuklar için birinci gün 1 saatten az Youtube izleyen çocukların 2’sinin erkek, 3’ünün kız; ikinci gün 1 saatten az Youtube izleyen çocukların 1’inin erkek, 1’inin kız ve üçüncü gün ise 2’si erkek ,3’ünün kız olduğu görülmektedir. Düşük sosyoekonomik düzeydeki çocuklar için birinci gün 1-2 saat arasında Youtube izleyen çocukların 6’sının erkek, 4’ünün kız; ikinci gün 1-2 saat arasında Youtube izleyen çocukların 6’sının erkek, 6’sının kız ve üçüncü gün ise 6’sının erkek, 2’sinin kız olduğu belirlenmiştir. Düşük sosyoekonomik düzeydeki çocuklar için birinci gün 2 saatten fazla Youtube izleyen çocukların 1’inin erkek, 1’inin kız; ikinci gün 2 saatten fazla Youtube izleyen çocukların 1’inin erkek, 1’inin kız ve üçüncü gün ise 1’inin erkek, 1’inin kız olduğu tespit edilmiştir. Orta sosyoekonomik düzeydeki çocuklar için birinci gün 1 saatten az Youtube izleyen çocukların 3’ünün erkek, 4’ünün kız; ikinci gün 1 saatten az Youtube izleyen çocukların 2’sinin erkek, 4’ünün kız ve üçüncü gün ise 2’sinin kız olduğu görülmektedir. Orta sosyoekonomik düzeydeki çocuklar için birinci gün 1-2 saat arasında Youtube izleyen çocukların 4’ünün erkek, 7’sinin kız; ikinci gün 1-2 saat

arasında Youtube izleyen çocukların 5'inin erkek, 5'inin kız ve üçüncü gün ise 7'sinin erkek, 9'unun kız olduğu belirlenmiştir. Orta yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocuklar arasında 2 saatten fazla Youtube izleyen yoktur. Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocuklar için birinci gün 1 saatten az Youtube izleyen çocukların 1'inin erkek, 2'sinin kız; iki ve üçüncü gün 1'inin kız olduğu görülmektedir. Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocuklar için birinci gün 1-2 saat arasında Youtube izleyen çocukların 6'sının, erkek 8'inin kız; ikinci gün 1-2 saat arasında Youtube izleyen çocukların 3'ünün erkek, 6'ünün kız ve üçüncü gün ise 6'sının erkek 8'inin kız olduğu belirlenmiştir. Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocuklar için birinci gün 2 saatten fazla Youtube izleyen çocukların 2'sinin de erkek; ikinci gün 2 saatten fazla Youtube izleyen çocukların 3'ünün erkek, 2'sinin kız ve üçüncü gün ise 2'sinin de erkek olduğu tespit edilmiştir.

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre birinci gün çocukların Youtube platformunda izledikleri videoların sosyoekonomik düzeyine göre dağılımı Şekil 22'de gösterilmiştir.



Şekil 22: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Birinci Gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar

Şekil 22 incelendiğinde, yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların birinci gün daha çok Youtube yayıncılarını izlediği, orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların

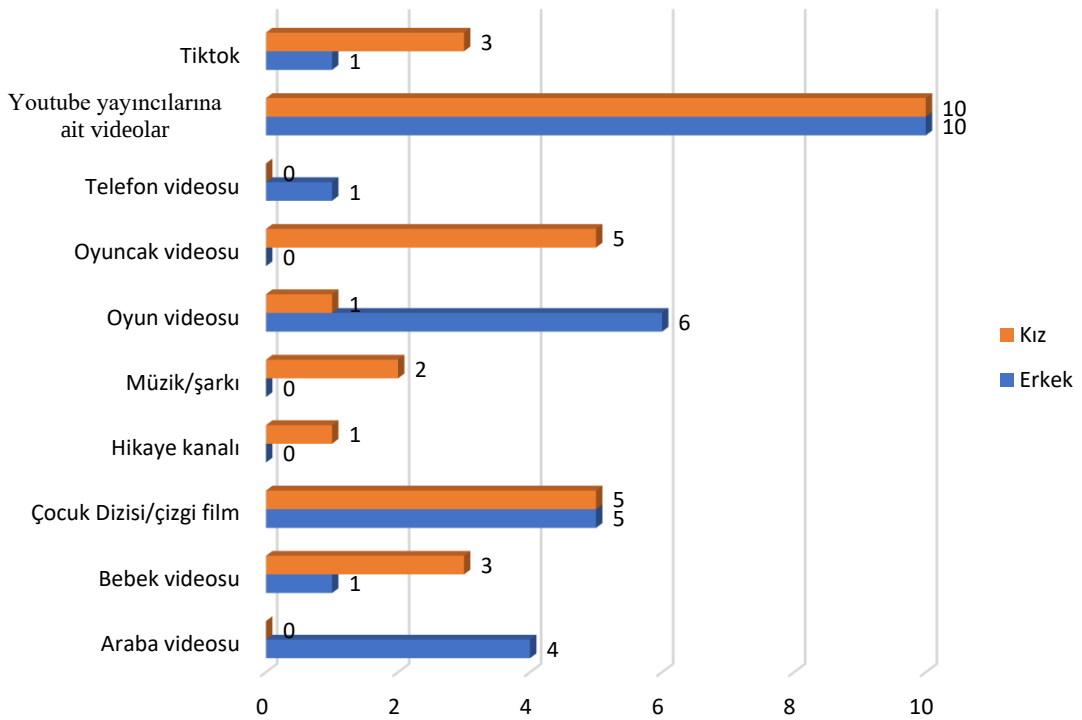
daha çok Youtube yayıncılarına ait videoları ve çocuk dizisi/çizgi film izledikleri ve düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların daha çok oyun videosu izledikleri görülmektedir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

‘Evcilik oyunu videosu izledi.’ (D15)

‘Çocuk bir Youtuber var adını bilmiyorum ama onu izledi. (O7)

‘1. gün Laz Youtuber izledi.’ (Y1)

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre birinci gün çocukların Youtube platformunda izledikleri videoların cinsiyete göre dağılımı Şekil 23’de gösterilmiştir.



Şekil 23: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Birinci Gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar

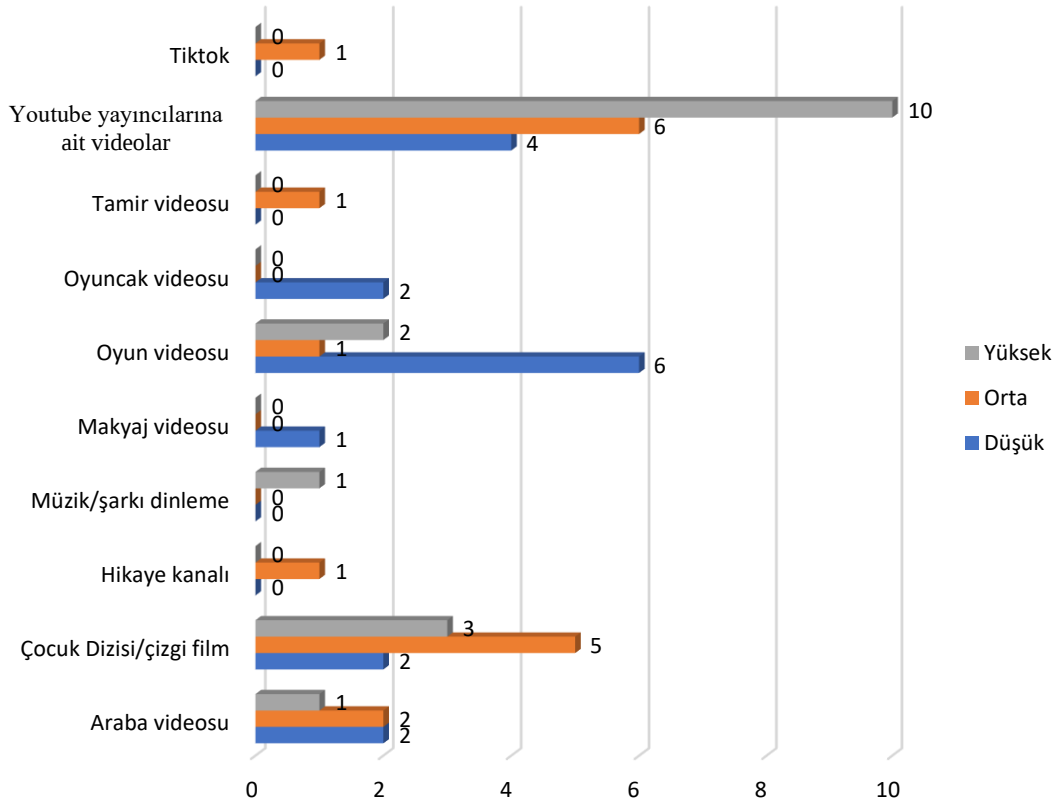
Şekil 23 incelendiğinde hem kızların hem de erkeklerin birinci gün Youtube platformunda izledikleri videoların Youtube yayıncılarına ait videoları ve çocuk dizisi/çizgi film videoları olduğu görülmektedir. Oyuncak videosu, tiktok videosu, bebek videosu ve müzik/şarkı videosu kızlar tarafından daha çok izlenirken oyun videosu ve araba videosu erkekler tarafından daha fazla izlenmektedir. Birinci gün araba videosu ve telefon videosu izleyen kız çocuk, müzik dinleyen ve hikaye kanalında vakit geçiren erkek çocuğunun bulunmadığı belirlenmiştir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

‘Araba yarışı videosu izledi.’ (D11, E)

‘Oyuncak bebek videosu izledi’ (O,18, K)

‘Tiktok ve çocuk Youtuberları izledi.’ (Y18, K)

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre, çocukların ikinci gün Youtube platformunda izledikleri videoların sosyoekonomik düzeyine göre dağılımı Şekil 24’de gösterilmiştir.



Şekil 24: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre İkinci gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar

Şekil 24 incelendiğinde, yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların ikinci gün daha çok Youtube yayıncılarını izlediği, orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların daha çok Youtube yayıncılarına ait videoları ve çocuk dizisi/çizgi film izledikleri ve düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların daha çok oyun videosu izledikleri görülmektedir. İkinci olarak yüksek ve orta sosyoekonomik gruptaki çocukların çizgi dizi/film izledikleri, düşük sosyoekonomik gruptaki çocukların ise Youtube yayıncılarına ait videoları izledikleri belirlenmiştir.

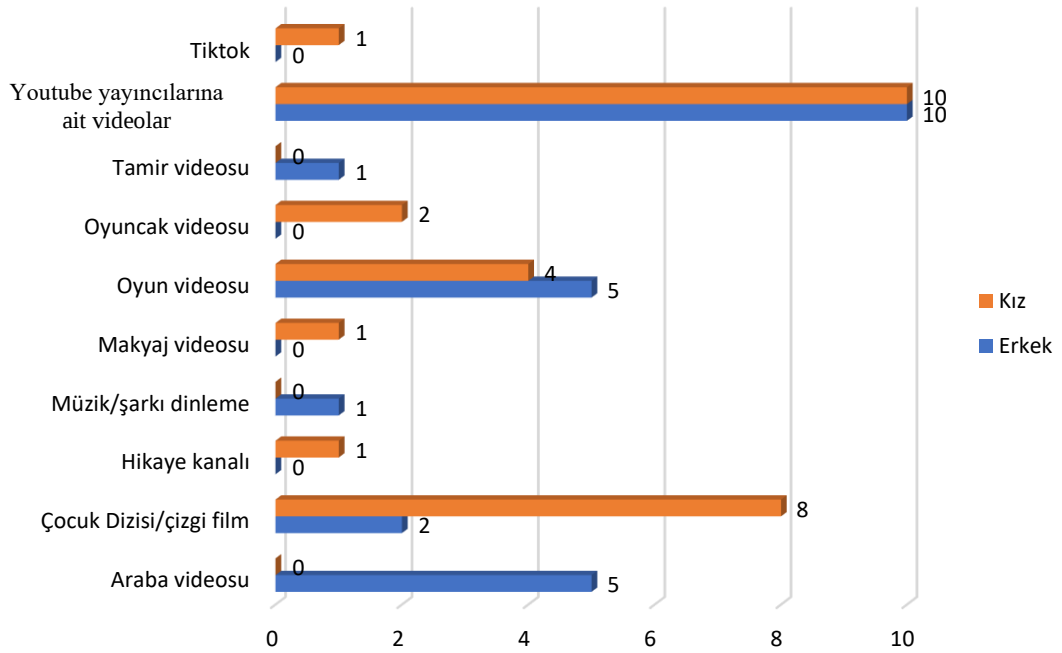
İkinci gün; yüksek sosyoekonomik gruptan; Tiktok videosu, tamir videosu, oyuncak videosu, makyaj videosu ve hikaye kanalı izleyen çocuk bulunmamaktadır. Orta sosyoekonomik gruptan; makyaj videosu izleyen ve oyuncak videosu izleyen çocuk bulunmamaktadır. Düşük sosyoekonomik grupta ise Tiktok videosu, tamir videosu, müzik/şarkı ve hikaye kanalı izleyen çocuk bulunmamaktadır. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

‘Araba videoları izledi.’ (D3)

‘Çizgi film videosu izledi.’ (O15)

‘Youtuber bir çocuk...’ (Y19)

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre ikinci gün çocukların Youtube platformunda izledikleri videoların cinsiyete göre dağılımı Şekil 25’de gösterilmiştir.



Şekil 25: Çocukların Cinsiyetlerine Göre İkinci Gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar

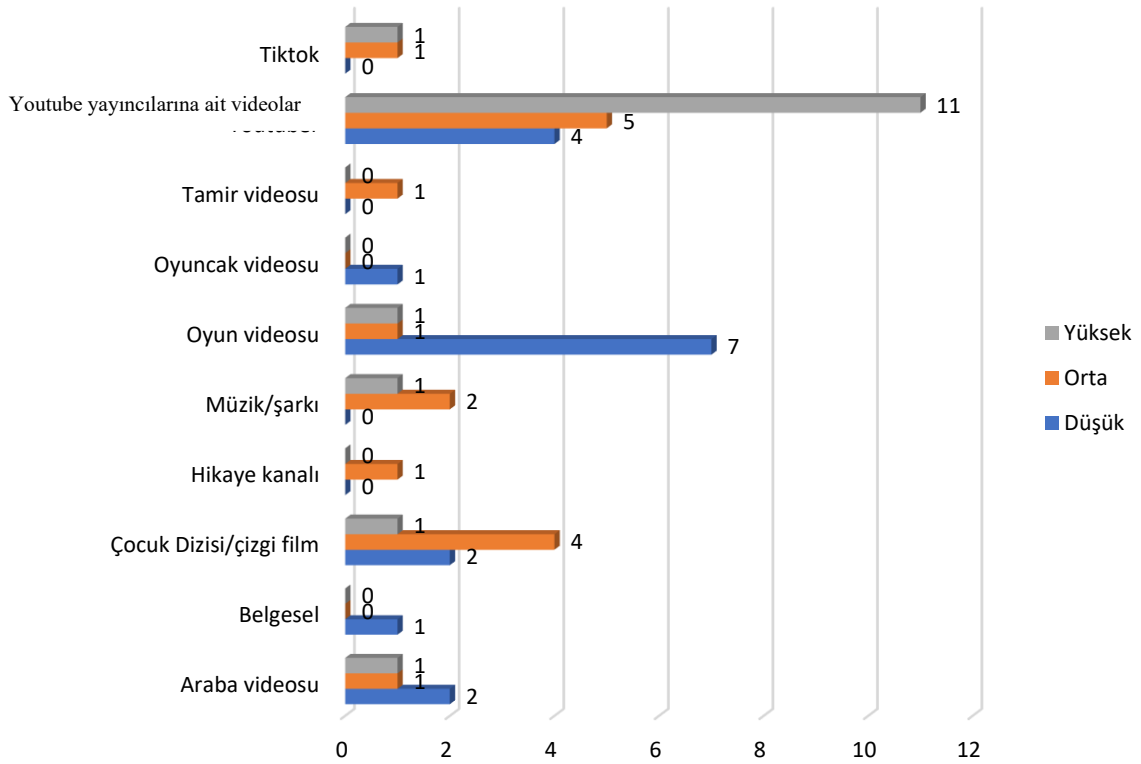
Şekil 25 incelendiğinde, hem kızların hem de erkeklerin ikinci gün Youtube platformunda izledikleri videoların Youtube yayıncılarına ait videolar ve oyun videoları olduğu görülmektedir. Oyuncak videosu, çocuk dizisi/çizgi film, hikaye, makyaj ve Tiktok videosu kızlar tarafından daha çok izlenirken; tamir videosu ve araba videosu erkekler tarafından daha fazla izlenmektedir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

‘Üç gün boyunca araba videosu izledi.’ (D3, E)

‘Tamir videoları izledi.’ (O19, E)

‘Minişler Tv izledi.’ (Y9, K)

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre üçüncü gün çocukların Youtube platformunda izledikleri videoların sosyoekonomik düzeyine göre dağılımı Şekil 26’da gösterilmiştir.



Şekil 26: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Üçüncü Gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar

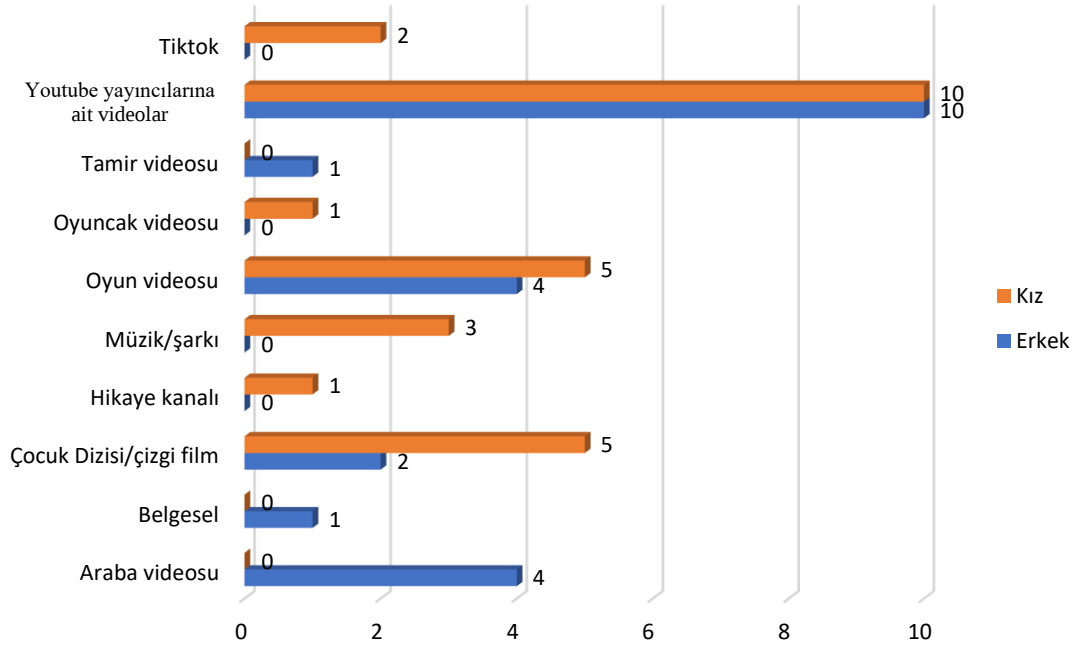
Şekil 26 incelendiğinde, yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların üçüncü gün daha çok Youtube yayıncılarını izlediği, orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların daha çok Youtube yayıncılarına ait videoları ve çocuk dizisi/çizgi film izledikleri ve düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların daha çok oyun videosu izledikleri görülmektedir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

‘Hayvan belgeseli açtı ve izledi.’ (D7)

‘Sevdiği çocuk dizisini izledi.’ (O18)

‘Dilakent kanalını izledi.’ (Y6)

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre üçüncü gün çocukların Youtube platformunda izledikleri videoların cinsiyete göre dağılımı Şekil 27’ de gösterilmiştir.



Şekil 27: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Üçüncü Gün Youtube Platformunda İzledikleri Videolar

Şekil 27 incelendiğinde, hem kızların hem de erkeklerin üçüncü gün Youtube platformunda izledikleri videoların Youtube yayıncılarına videolar ve oyun videoları olduğu görülmektedir. Kız çocuklarının erkek çocuklarına göre daha çok Tiktok, müzik/şarkı videosu izledikleri; erkeklerin ise kızlara göre daha çok tamir, araba ve belgesel videosu izlediği görülmüştür. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

‘Araba yarışı izledi.’ (D11, E)

‘Çocuk şarkıları dinledi.’ (O15, K)

‘Tiktok videoları izledi.’ (Y7, K)

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre düşük sosyoekonomik gruptaki çocukların Youtube’da zaman geçirdikten sonra her zamankinden farklı olarak kullandıkları kelimeler Tablo 8’ de gösterilmiştir.

Tablo 8: Düşük Sosyoekonomik Düzeydeki Çocukların Youtube Yayıncılarını İzledikten Sonra Her Zamankinden Farklı Olarak Söylediği Kelimeler

	Cinsiyet	1.gün	2.gün	3.gün
D1	E	Süper Mario	Brawl Stars	-
D2	K	-	Slime	-
D3	E	Sinyal vermek	-	-
D4	E	-	-	Vur vur vur
D5	E	-	Lan	Küfür
D6	K	Nana	Ruj	-
D7	E	-	-	Hayvan seslerini taklit ediyor
D8	E	Sen gününü görürsün	Şimdi göreceksin	Bittin şimdi aaaaa, vaaaaa diye bağırıyor
D9	K	-	-	-
D10	E	-	-	-
D11	E	-	-	-
D12	K	-	-	-
D13	E	Yes	-	-
D14	E	-	-	-
D15	K	-	-	-
D16	K	-	-	-
D17	K	Barbie istiyorum Çok güçlüymüş gibi konuşuyor, öyle hareketler yapıyor. İzlemeyince sinirli oluyor ve evin içinde geziyor.	Çok güçlüymüş gibi konuşuyor, öyle hareketler yapıyor. İzlemeyince sinirli oluyor ve evin içinde geziyor	Çok güçlüymüş gibi konuşuyor, öyle hareketler yapıyor. İzlemeyince sinirli oluyor ve evin içinde geziyor.
D18	E	-	-	-
D19	E	-	-	-
D20	K	Şarkı söyledi	Çar	-

Çocukların Youtube da zaman geçirdikten sonra her zamankinden farklı olarak günlük hayatlarında kullandıkları kelime ve kelime kalıplarına düşük sosyoekonomik düzey açısından bakıldığında; ‘Süper Mario’, ‘Brawl Stars’, ‘Slime’, ‘Sinyal vermek’, ‘Vur vur vur’, ‘Lan’, ‘Küfür’, ‘Nana’, ‘Ruj’, ‘Sen gününü görürsün,’ ‘Bittin şimdi’, ‘Çar’, ‘Barbie istiyorum’ gibi kelime ve kelime kalıpları kullandıkları çocukların ebeveynleri tarafından ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra çocuklarının konuşma şekillerinde ve davranışlarında belirgin bir değişiklik olduğunu, konuşurken sesini değiştirdiği ve sesine daha güçlü bir ifade vererek konuştuğunu, ‘aaa, vaaaa’ seslerini daha yoğun çıkardığı, çocuğun Youtube izlemesine izin verilmediğinde ise sinirli bir tutum sergilediğini belirtmişlerdir.

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre orta sosyoekonomik gruptaki çocukların Youtube’da zaman geçirdikten sonra her zamankinden farklı olarak kullandıkları kelimeler Tablo 9’ da gösterilmiştir.

Tablo 9: Orta Sosyoekonomik Düzeydeki Çocukların Youtube Yayıncılarını İzledikten Sonra Her Zamankinden Farklı Olarak Söylediği Kelimeler

	Cinsiyet	1.gün	2.gün	3.gün
		Motor nasıl çalışır diye		
O1	E	sordu	-	-
O2	E	Bitiren Granny	-	-
O3	K	-	-	Challange
			Bildirimlerden haberdar olmak	
O4	K	-	ne demek?	-
O5	K	-	-	-
O6	E	Vlog	Oha	-
O7	K	-	-	-
O8	K	Tiktokçu	Tiktoker	-
O9	K	Farklı	-	-
		Bize bir şeyler anlatırken çoğul eki kullanmaya başladı	Diyalogsuz videolardaki beden dilini bize soruyor. Burada ne demek istedi	-
O10	E	-	Biz de video yükleyelim	-
O11	E	-	-	-
O12	E	-	-	-
O13	E	-	-	-
O14	K	-	-	-
				Şarkıları söyledi
O15	K	-	-	-
		Halay çekme nasıl olur?	-	-
O16	K	-	Bildirim ne demek	-
O17	K	-	-	-
O18	K	Selam arkadaşlar!	-	-
O19	E	-	Hey Arkadaşlar!	Küfür etti
		Anneciğim küresel ısınma nedir?	Dünya şekli	-
O20	K	-	-	-

Çocukların Youtube da zaman geçirdikten sonra her zamankinden farklı olarak günlük hayatlarında kullandıkları kelime ve kelime kalıplarına orta sosyoekonomik düzey açısından bakıldığında; ‘Motor nasıl çalışır’, ‘Bitiren Granny’, ‘Challange’, ‘Bildirimlerden haberdar olmak ne demek?’, ‘Vlog’, ‘Oha’, ‘Tiktokçu’, ‘Tiktoker’, ‘Biz de video yükleyelim’, ‘Halay çekme nasıl olur?’, ‘Bildirim ne demek’, ‘Selam arkadaşlar!’, ‘Hey Arkadaşlar!’, ‘Dünya şekli’, ‘Küresel ısınma’ gibi kelime ve kelime kalıpları kullandıkları çocukların ebeveynleri tarafından ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra çocuklarının dil dağarcıklarına, küfür ve küfürlü ifadelerin girdiğini ifade eden ebeveynler de bulunmaktadır.

Youtube güncesi ile toplanan verilere göre yüksek sosyoekonomik gruptaki çocukların Youtube’da zaman geçirdikten sonra her zamankinden farklı olarak kullandıkları kelimeler Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10:Yüksek Sosyoekonomik Düzeydeki Çocukların Youtube Yayıncılarını İzledikten Sonra Her Zamankinden Farklı Olarak Söylediği Kelimeler

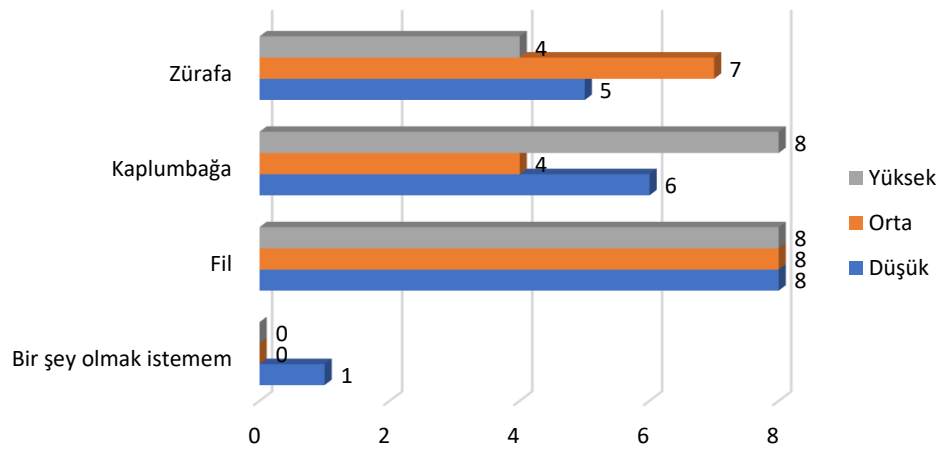
	Cinsiyet	1.gün	2.gün	3.gün
Y1	E	Oyun karakterlerini saydı	Lan	-
Y2	K	Bebiş	-	Cicbello,
Y3	E	-	-	Menuci
Y4	E	Sesegel	-	Kanka
Y5	K	Öğrendiği şarkıları mırıldandı	Troll	-
Y6	K	Arkadaşlar, Slime	-	-
Y7	K	Cennetten çiçek topluyorum şarkısını söyledi	-	-
Y8	E	Challenges, Pub G	-	-
Y9	K	Miniş	Fantastik	Miniş
Y10	K	Saçma Sapan	-	-
Y11	K	Slime	-	Bahçıvan
Y12	E	Abone	-	-
Y13	K	Havuz kamerası	-	Şarkı
Y14	E	-	-	söyledi
			Lan,	-
			Onlar	-
Y15	E	Zengin- fakir, oğlum, lan	fakirler	Oğlum
Y16	E	-	-	-
Y17	E	Ben de uçak yapmak istiyorum, uzaya gitmek istiyorum	-	-
Y18	K	Hey size merhaba. Arkadaşlar bugün okula gideceğim, bugün böyle yapacağım	Argo kelimeler	Argo Kelimeler
Y19	K	Yaa demeye başladı	Yaa, arkadaşlar	Yaaa
Y20	E	Enes Batur izlemek istiyorum okula gitmek istemiyorum	Lan	Roket kafa

Çocukların Youtube platformunda zaman geçirdikten sonra her zamankinden farklı olarak günlük hayatlarında kullandıkları kelime ve kelime kalıplarına yüksek sosyoekonomik düzey açısından bakıldığında; ‘Oyun karakterlerinin isimlerini söyleme’, ‘Lan’, ‘Cicbello’, ‘Bebiş’, ‘Menuci’, ‘Sesegel’, ‘Kanka’, ‘Troll’, ‘Arkadaşlar’, ‘Slime’, ‘Cennetten çiçek’, ‘Challenge’, ‘Pub G’, ‘Miniş’, ‘Saçma sapan’, ‘Bahçıvan’, ‘Fantastik’, ‘Abone’, ‘Havuz kamerası’, ‘Oğlum’, ‘Fakir-zengin’, ‘Yaaa’, ‘Argo kelimeler’, ‘Roket kafa’, ‘Uçak yapmak istiyorum’ gibi kelime ve kelime kalıpları kullandıkları çocukların ebeveynleri tarafından belirlenmiştir. Bunların yanı sıra çocukların ebeveynleri tarafından ifade edildiğine göre çocuklarda ‘Arkadaşlar

kalıbı kullanarak yaptıklarını açıklayarak anlatma davranışı olduğu gözlemlenmiştir. Sevdiği Youtube yayıncısını izlemek istediği için okula gitmek istemediği söyleyen ve kelimelerinin önüne sıkça ‘Yaaa’ sesini getiren çocuklar olduğu ifade edilmiştir.

4.3. Drama Etkinlik Planında Yer Alan Sorulara İlişkin Bulgular

Yapılan drama etkinliği sonrasında çocuklara drama etkinliğinde hangi karakteri seçmek istedikleri sorulmuştur. Çocukların verdikleri yanıtların sosyoekonomik düzeye göre dağılımı Şekil 28’ de sunulmuştur.



Şekil 28: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Drama Etkinliğinde Olmak İstedikleri Karakter

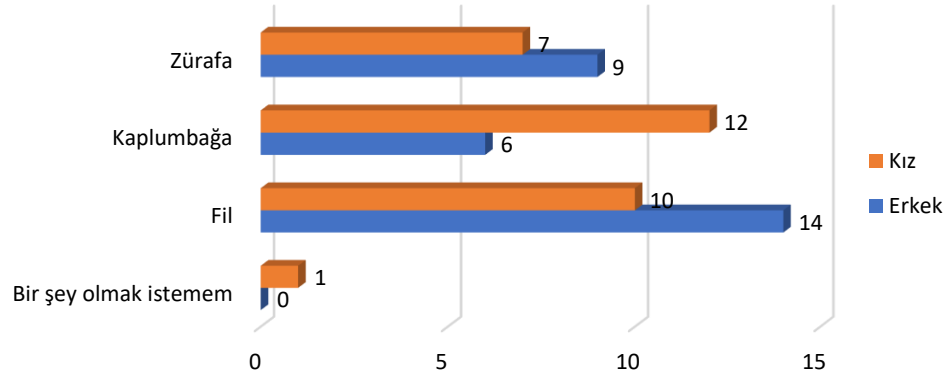
Şekil 28 incelendiğinde, yüksek sosyoekonomik düzeye sahip çocukların 8’inin kaplumbağa, 8’inin fil ve 4’ünün zürafayı seçtiği görülmektedir. Orta sosyoekonomik düzeye sahip çocukların ise 8’i fili, 7’si zürafayı ve 4’ü kaplumbağayı seçmiştir. Düşük sosyoekonomik düzeye sahip çocukların ise 8’inin fili, 6’sının kaplumbağayı ve 5’inin zürafayı seçtiği tespit edilmiştir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

‘Ben zürafayı seçiyorum çünkü çok tatlı.’ (D12)

‘Fil çünkü hortumu var.’ (O5)

‘Bütün hayvanları severim. Kaplumbağa çok seviyorum çünkü küçük ve tatlı. O yüzden kaplumbağayı seçiyorum. Ben olsam resim çizerdim yine de kaplumbağayı seçiyorum.’ (Y2)

Çocukların yapılan drama etkinlikleri sonrasında seçtikleri karakterlerin cinsiyete göre dağılımı Şekil 29’da sunulmuştur.



Şekil 29: Çocukların Cinsiyete Göre Drama Etkinliğinde Olmak İstedikleri Karakter

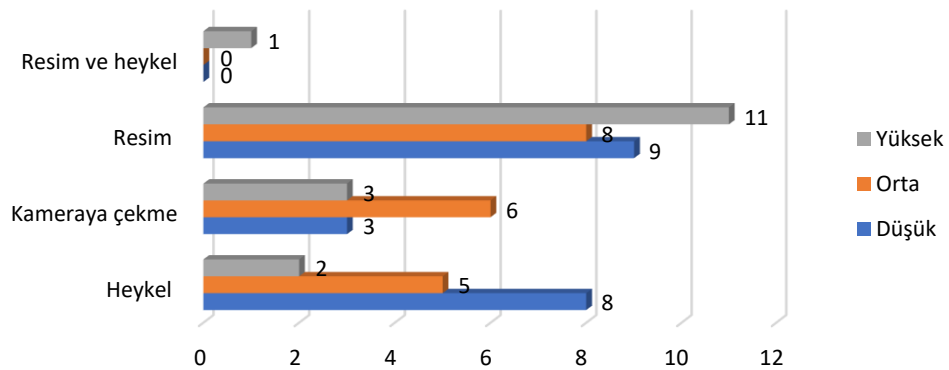
Şekil 29 incelendiğinde, erkek çocuklarının 14'ünün fil, 9'unun zürafa ve 6'sının kaplumbağa olmak istedikleri görülmektedir. Kız çocuklarının ise 12'si kaplumbağayı, 10'u fili ve 7'si zürafayı karakter olarak seçmiştir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Fil olmak isterim. İnsanlara hortumla su atıp şaka yapabilirim.' (D1, E)

'Zürafa olmak isterim çünkü resim yapmayı çok seviyorum.' (O9, K)

'Fili seçerdim. Onun kocaman hortumu var kime sinirlense dövebilir ama ben zarar vermezdim.' (Y13, K)

Yapılan drama etkinlikleri sonrasında çocuklara hoşuna giden bir şey ile karşılaştıklarında hangi hayvan gibi davranacakları sorulmuştur. Çocukların verdikleri yanıtların sosyoekonomik düzeye göre dağılımı Şekil 30'da sunulmuştur.



Şekil 30: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Hoşuna Giden Bir Şey Görseler Hangi Hayvan Gibi Davranacakları

Şekil 30 incelendiğinde, yüksek sosyoekonomik düzeyi sahip olan çocukların 11'inin resim çizmeyi, 3'ünün kamera çekmeyi, 2'sinin heykel yapmayı ve 1'inin ise hem

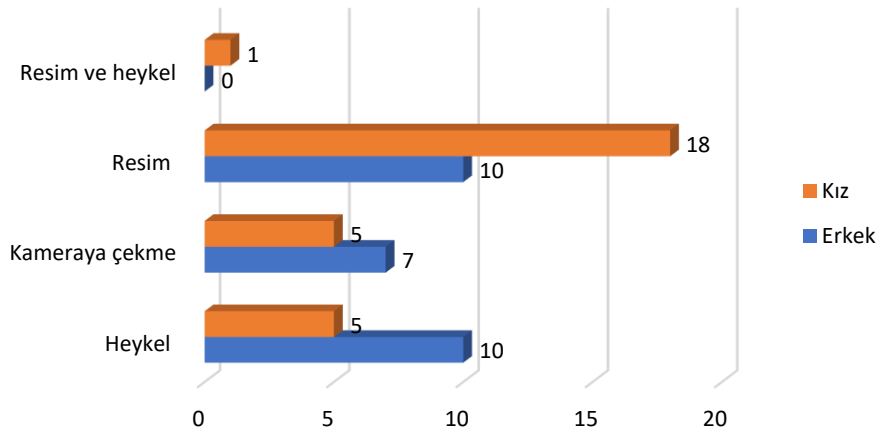
resim hem de heykel yapmayı tercih ettiği görülmektedir. Hoşuna giden bir şey gördüğünde orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların 8'inin resim yapmayı, 6'sının kameraya çekmeyi ve 5'inin heykel yapmayı tercih ettiği belirlenmiştir. Düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların 9'unun hoşuna giden bir şey ile karşılaştıklarında resim yapmayı, 3'ünün kameraya çekmeyi ve 8'inin heykel yapmayı tercih ettiği saptanmıştır. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Resim çizerdim.' (D15)

'Resim yapardım.' (O13)

'Kameraya çekerdim.' (Y9)

Çocukların yapılan drama etkinlikleri sonrasında hoşuna giden bir şey ile karşılaştıklarında hangi hayvan gibi davranacaklarının cinsiyete göre dağılımı Şekil 31'de sunulmuştur.



Şekil 31: Çocukların Cinsiyetine Göre Hoşuna Giden Bir şey Görseler Hangi Hayvan Gibi Davranacakları

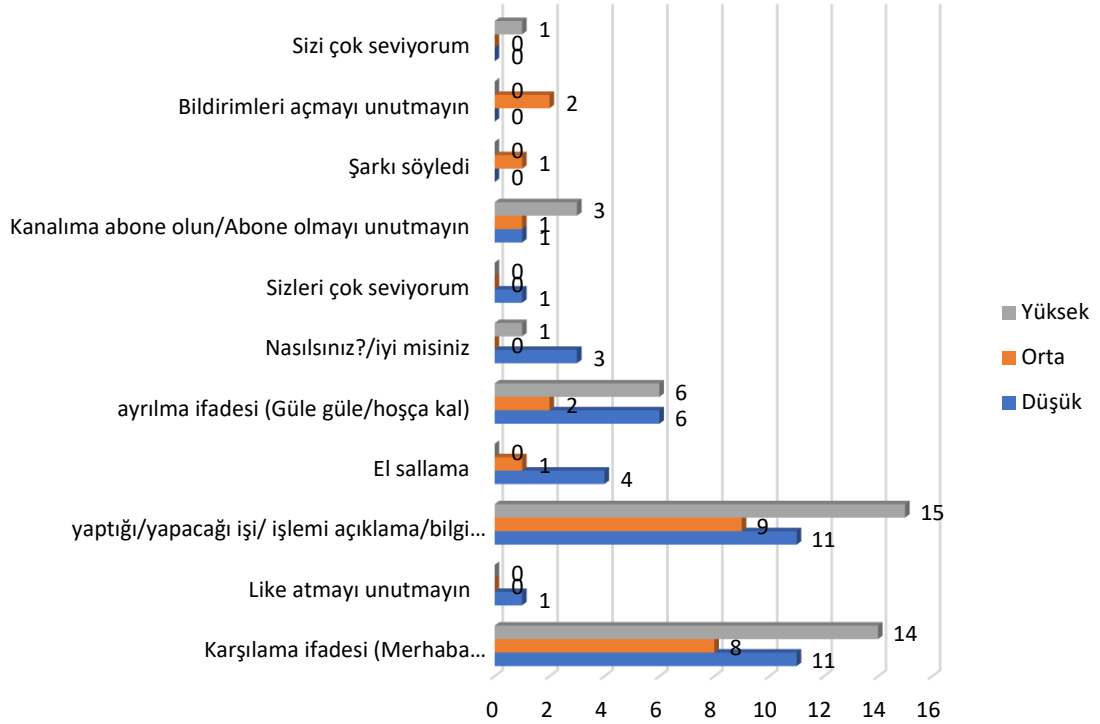
Şekil 31 incelendiğinde, hoşuna giden bir şey ile karşılaştıklarında erkek çocuklarının 10'unun resim yapmayı, 10'unun heykel yapmayı ve 7'sinin kameraya çekmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Kız çocuklarının 18'i hoşuna giden bir şey ile karşılaştıklarında resim yapmayı tercih ettikleri, 5'inin kameraya çekmeyi tercih ettikleri ve 5'inin heykel yapmayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

'Resmini yapmak isterdim.' (D3, E)

'Kameraya çekerdim.' (O4, K)

‘Resim yapardım, suları ve balıkları çok severim. Onların da resmini yapmak isterdim.’ (Y15, E)

Yapılan drama etkinlikleri sonrasında çocuklara kaplumbağa kamerasının kendilerini çektiğini ve kameraya neler söylemek istedikleri sorulmuştur. Çocukların verdikleri yanıtlar derinlemesine incelenerek kategoriler oluşturulmuştur. Çocukların verdikleri yanıtların sosyoekonomik düzeye göre dağılımı Şekil 32’de sunulmuştur.



Şekil 32: Çocukların Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Kaplumbağa Kamerasına Söylemek İstedikleri

Şekil 32 incelendiğinde, çocukların çoğunluğunun yaptığı/yapacağı işi/işlemi açıklama/bilgi verme ve karşılama ifadelerini kullandığı görülmektedir. Yaptığı bir işi ya da işlemi açıklama yaparak anlatan çocukların 15’inin sosyoekonomik düzeyinin yüksek, 9’unun orta ve 11’inin düşük olduğu görülmektedir. ‘Merhaba arkadaşlar’, ‘Hoş geldiniz’ gibi karşılama ifadelerini kullanan çocuklarının 14’ünün yüksek sosyoekonomik düzeyde, 8’inin orta sosyoekonomik düzeyde ve 11’inin düşük sosyoekonomik düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Yüksek sosyoekonomik düzeyden ‘Bildirimleri açmayı unutmayın’, ‘Like atmayı unutmayın’, ‘Bildirimleri açmayı unutmayın’ diyen çocuk bulunmamaktadır. Orta sosyoekonomik gruptaki çocuklardan ‘Sizi çok seviyorum’, ‘Nasılsınız/ İyi misiniz’

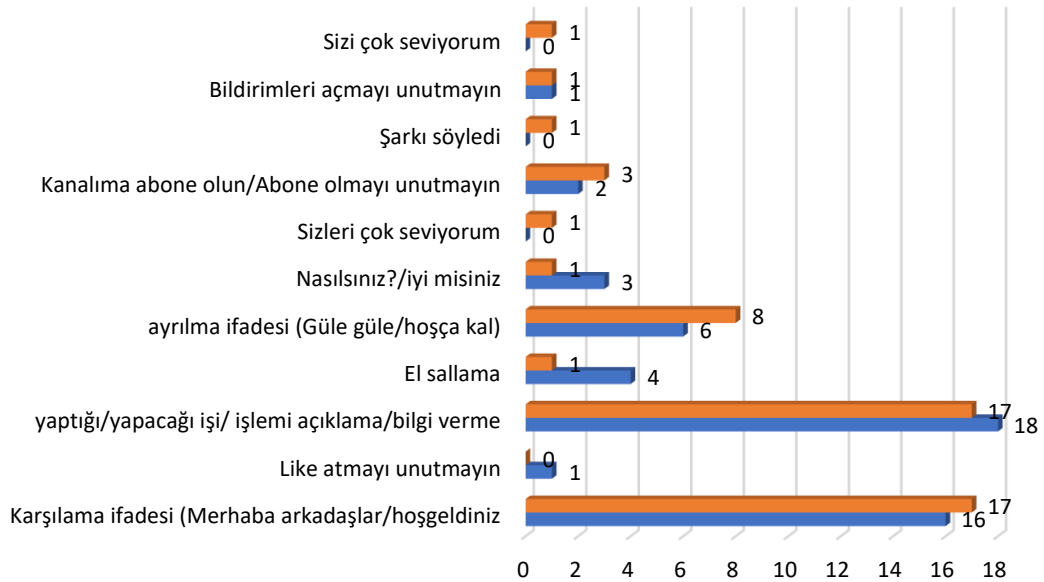
‘Like atmayı unutmayın’ diyen çocuk bulunmamaktadır. Düşük sosyoekonomik gruptan ise ‘Sizi çok seviyorum’, ‘Bildirimleri açmayı unutmayın’ diyen çocuk bulunmamaktadır. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

‘Merhaba arkadaşlar. Ben askerim. (Asker selamı verdi)’ (D8)

‘Merhaba arkadaşlar. Hoş geldiniz. Kanalıma abone olup bildirimleri açmayı unutmayın.’ (O6)

‘Bugün sizlerle sana kek yapacağım. Kanalıma abone olmayı unutmayın.’ (Y7)

Yapılan drama etkinlikleri sonrasında çocuklara kaplumbağa kamerasının kendilerini çektiğini ve kameraya neler söylemek istediklerinde verdikleri yanıtlardan elde edilen kategorilerin cinsiyete göre dağılımı Şekil 33’de sunulmuştur.



Şekil 33: Çocukların Cinsiyetlerine Göre Kaplumbağa Kamerasına Söylemek İstedikleri

Şekil 33 incelendiğinde, yaptığı işi açıklamaya çalışan çocukların 17’sinin kız ve 18’inin erkek olduğu görülmektedir. ‘Merhaba arkadaşlar’, ‘Hoş geldiniz’ gibi ifadeleri kullanan çocukların 17’si kız ve 16’sı erkektir. Katılımcıların ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

‘Herkes merhaba arkadaşlar. Bugün size saç toplama videosu yapıyorum arkadaşlar. Hoşça kalın.’ (D9, K)

‘Şimdi bebek uyutacağım arkadaşlar. Bebek uyutmaya ne dersiniz?’ (O18, K)

‘Merhaba arkadaşlar. Aslan, kaplan, köpek, kedi.’ (Y12, E)

5. SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Youtube yayıncılarının beş yaş grubu çocukların dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerine etkisinin incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırma, nitel araştırma desenlerinden durum çalışması deseni üzerine kurgulanmıştır. Amaçlı örnekleme yönteminin ve maksimum örnekleme tekniğinin kullanıldığı araştırmada, Kilis ili, merkez ilçesinde yer alan Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı resmi ana sınıfı ve bağımsız anaokulları sosyoekonomik düzeylerine göre sınıflandırılmıştır. Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı okul öncesi eğitim kurumlarında eğitim gören; düşük, orta ve üst düzey ekonomik grupta yer alan toplam 60 çocuk ve ebeveynleri araştırmanın çalışma grubunu oluşturmuştur. Araştırma verileri araştırmacı tarafından toplanmış, veri toplama aracı olarak, yarı yapılandırılmış görüşme formu, drama etkinlik planı ve Youtube güncesi kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırma sonucunda; çalışma grubundaki çocukların sosyoekonomik düzey ve cinsiyet fark etmeksizin evde en fazla telefon ve tabletle vakit geçirdikleri belirlenmiştir. Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocuklardan evde zaman geçirirken çizgi film izleme/film izleme, ders yapma/ödev yapma, fotoğraf çekme, bisiklet sürme, spor yapma gibi faaliyetler yaptıklarını söyleyen çocuk bulunmamaktadır. Düşük ve orta sosyoekonomik düzeydeki çocuklardan ise evdeki zamanlarında dans etme ve deney yapma gibi faaliyetlerde bulunduklarını ifade eden çocuk bulunmamaktadır. Araştırmaya katılan kız çocuklarının evde geçirdikleri zamanlarda deney yapma, dans etme ve bisiklet yapma gibi faaliyetleri yapmadıkları; araştırmaya katılan erkek çocuklarının ise kardeşiyle ilgilenme, annesine yardım etme, spor yapma gibi faaliyetleri yapmadığı saptanmıştır. Çocukların evde en fazla telefon/tablet ve bilgisayarla vakit geçiriyor olması, Aktaş ve Şahin (2019,11)'in, 48-72 aylık çocukların bilgisayar, tablet ve telefon kullanımlarını inceleme amacıyla yaptıkları çalışmanın sonucuna göre örneklem grubunda yer alan çocukların tamamına yakınının telefon, tablet ya da bilgisayardan en az biri ile zaman geçirdiği sonucunu gösteren araştırma bulgusuyla benzerlik göstermektedir. Çocukların bu araçlarla vakit

geçirmesi Ateş ve Durmuşoğlu Saltalı (2019, 62), tarafından gerçekleştirilen araştırmaya katılan ebeveynlerin %76'sı çocuklarını, özellikle oyalama amacı güderek kendileri dijital kaynaklara yönlendirmesinden kaynakladığı düşünülebilir. Bu doğrultuda çocukların dijital teknolojilerle bu denli yüksek oranda zaman geçirmesinin temel sebeplerinden biri de ailenin, çocuklarını dijital teknolojilere yönlendirme tutumundan kaynaklanabilmektedir. Epstein (2015, 7)'e göre dijital teknolojinin çocuklara faydalı olması için yetişkinler, çocukların teknolojik araçları kullandığı sırada çocuklarla etkileşim halinde olmalıdır.

Çocukların telefon tablet ve bilgisayarda neler yaptığını belirlemeye yönelik olan soruda elde edilen bulguya göre; araştırma grubundaki yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların hepsinin (n=20) ve düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların ise büyük çoğunluğunun (n=19) telefon/tablet/bilgisayarda, video/çizgi film/dizi/film izledikleri görülmüştür. Erkek çocuklarının telefon/tablet/bilgisayarda oyun oynamaya-oyun yükleme davranışının kız çocuklarına göre daha fazla olduğu, telefon/tablet/bilgisayarda fotoğraf çektiklerini ifade eden çocukların ise hepsi kız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çocukların telefon/tablet/bilgisayarda video izlemeleri, beynin her iki yarıküresini kullanmalarını sağlayarak ayrıca tüm temel zekaların aktivasyonu ideal öğrenme durumu yaratabilir ancak görsel görüntüler, diyalog, ses efektleri ve arka plan müziği, beyni harekete geçirmek için nihai öğrenme araçları olması sebebiyle, çocuklar tarafından izlenen videoları kalite açısından değerlendirmek gereklidir (Jones, Cuthrell, 2011, 77/83). Genç (2014, 58) tarafından aynı yaş grubunda yapılan çalışmaya göre ise çocuklar; video izlemeye, kitap okuma ve incelemekten iki kat daha fazla zaman ayırmaktadır. Lamb (2011, 13) tarafından ifade edildiğine göre, dijital teknolojiler, kitap okuma ve inceleme alışkanlıkları üzerinde değişirici bir etkiye sahip olmuştur. Sapsağlam, Aydın ve Toksoy (2020, 126) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda, bu kitaplar dijital ortamlara aktarılsa dahi hatırlama düzeyleri açısından resimli kitap okuma kadar etkili olmadığı belirlenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre; çocukların video/film/ çizgi film/ dizi izlemek için en yoğun biçimde kullandıkları platform Youtube'dur. Araştırmaya katılan çocukların tamamı, sosyoekonomik düzey ve cinsiyetten bağımsız olarak daha önce Youtube platformunu duymuş ve kullanmıştır. Sapsağlam (2018, 734) tarafından gerçekleştirilen bir diğer araştırmada çocukların en fazla tanıdıkları medya

platformunun Youtube olduğu görölmüştür. Benzer bir bulgu olarak, çocuklar tarafından kullanılan en yaygın izleme platformunu belirleme amacıyla aileler ile yapılan çalışmaya göre, tüm ebeveynler Youtube'u en yaygın izleme platformu olarak adlandırmıştır (Elsias, Sulkin, 2017, 8). Youtube'un olumlu ve olumsuz taraflarına ilişkin farklı görüşler mevcuttur. Rabee ve diğerleri (2015, 1) Youtube'u okul öncesi dönemden üniversite dönemine kadar kullanılabilen, zaman ve mekândan bağımsız etkili bir öğrenme aracı olarak adlandırırken; Moor, Heuvelman ve Verleur (2010, 1536), Youtube'u, küfür, hakaret ve aşağılama içeren ifadelerin yaygın olduğu bir platform olarak ele almışlardır. Neumann ve Heredotou (2020, 72) tarafından ifade edildiğine göre 3.154 aile ile gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda ailelerin çocuklarının %80'inin Youtube platformunu kullandıkları, Hourcade ve diğerlerinin (2015, 1923) yaptığı çalışmadan aktardıklarına göre ise iki yaşındaki çocukların dahi yüzde 90'ından fazlasının Youtube'u kullanabilme davranışı gösterdiği görölmüştür.

Tüm sosyoekonomik düzeyden çocukların Youtube'da Youtube yayıncılarını izledikleri görölmektedir. Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların daha çok ve Youtube yayıncılarına ait videoları; orta sosyoekonomik düzeydeki çocukların ise daha çok Youtube yayıncıları ve çocuk dizisi/çizgi film videosu; düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların daha çok oyun videosu ve Youtube yayıncılarına ait videoları izledikleri tespit edilmiştir. Ülkemizde Youtube platformunda kanal açma yaşı 13 olarak belirlenmiş olmasına rağmen çoğu çocuk ebeveynlerinin yardımı ile Youtube kanalı açmakta ve diğer çocuklar da bu Youtube yayıncılarını izlemektedir (Fide, Sapsağlam, 2020, 100; Support Google). Yüksek sosyoekonomik düzeyden çocuklar arasında öğretici video ve savaş videosu izlediklerini ifade eden çocuk; orta sosyoekonomik düzeyden oyuncak videosu, öğretici video ve savaş videosu izleyen çocuk; düşük sosyoekonomik düzeyden çocuklar arasında ise hikâye videosu ve Tiktok videosu izlediğini ifade eden çocuk bulunmamaktadır. Erkek çocuklarının daha çok oyuncak videosu, Youtube yayıncıları ve araba videosu izledikleri görölürken kız çocuklarının daha çok çocuk dizisi/çizgi film videosu ve Youtube yayıncılarına ait videoları izledikleri görölmüştür. Sancılı ve Sapsağlam (2019, 2388) tarafından gerçekleştirilen çalışmaya göre örneklem grubundaki çocukların Youtube platformunda en fazla çizgi film ardından ise Youtuberları izledikleri belirlenmiştir.

Çocukların izledikleri videolarda yer alan kişilerin söyledikleri kelime kalıplarına ilişkin çocukların cevaplarının genel olarak; Merhabalar/hoş geldiniz/selamlar gibi karşılama ifadeleri, abone olun/abone olmayı unutmayın cümlelerini hatırladıkları tespit edilmiştir. Ayrıca çocukların; ‘Beni izlemeyi unutmayın’, ‘Videoyu sonuna kadar izleyin’, ‘Argo ve küfür ifadeleri’, ‘Silah’, ‘Vur’, ‘Öldür’, ‘Ateş edelim’, ‘Unutmayın’, ‘Takipçilerim’, ‘Challenge’, ‘Like atmayı unutmayın’, ‘Sizleri çok seviyorum’, ‘Abone olun’, ‘Yorum yapmayı unutmayın’, ‘Beğenmeyi unutmayın’ kelime kalıplarını da izledikleri videolardan duyduklarını ifade etmişlerdir. Tur- Vines ve Rio (2019, 1291), tarafından incelenen Youtube yayıncılarının ‘Kanalıma hoş geldiniz’, ‘Nasılsınız millet?’, ‘Kanalıma abone olun’ gibi çalışma grubundaki çocuklar tarafından da hatırlanan kelime kalıplarını kullandıkları görülmektedir. Davidson, Given, Danby ve Thorpe (2014, 78) tarafından Youtube videoları çeken Youtube yayıncısı bir çocuğun sınıf ortamında yer alması gözlemlenmiş ve gözlemler sonucunda Youtube yayıncısı olan çocuğun öğretmen ve diğer çocuklar arasında uzun süreli etkileşimin odak noktası haline geldiği ifade edilmiştir. Çocuklar izledikleri videolardaki kişileri odak noktası haline getirmeleri sebebiyle, kişiler tarafından kullanılan kelime ve kelime gruplarını aynı zamanda kişilerin konuşma şeklini zihinlerine yerleştirdikleri görülmektedir. Araştırmalardan elde edilen bulgular bizlere gösteriyor ki, çocukların çeşitli araçlardan video izlemeleri birçok alanda çocukları etkilemektedir.

Çocukların Youtube platformunda geçirdikleri zaman, sosyoekonomik grup ve cinsiyet açısından incelendiğinde; düşük, orta ve yüksek sosyoekonomik gruptaki kız ve erkek çocukların çoğunlukla 1-2 saat arasında platformda vakit geçirdikleri görülmektedir. Orta sosyoekonomik gruptaki çocuklardan günde 2 saatin üzerinde platformda zaman geçiren çocuk bulunmamaktadır. Yüksek sosyoekonomik gruptaki kız ve erkek çocuklarından günde iki saatin üzerinde platformda zaman geçiren çocuk sayısı diğer sosyoekonomik gruplardan fazladır. Kayri ve Günüş (2016, 175) tarafından yapılan araştırmada, sosyoekonomik düzeyi yüksek olan ailelerin çocuklarının internet bağımlısı olma ihtimalinin fazla olduğu belirtilmiştir. Bu araştırma ulaşılan sonucu desteklemektedir

Çocukların Youtube platformunda zaman geçirdikten sonra her zamankinden farklı olarak günlük hayatlarında kullandıkları kelime ve kelime kalıplarına düşük sosyoekonomik düzey açısından bakıldığında; ‘Süper Mario’, ‘Brawl Stars’, ‘Slime’, ‘Sinyal vermek’, ‘Vur vur vur’, ‘Lan’, ‘Küfür’, ‘Nana’, ‘Ruj’, ‘Sen gününü görürsün,’

‘Bittin şimdi’, ‘Çar’, ‘Barbie istiyorum’ gibi kelime ve kelime kalıpları kullandıkları çocukların ebeveynleri tarafından ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra çocuklarının konuşma şekillerinde ve davranışlarında belirgin bir değişiklik olduğunu, konuşurken sesini değiştirdiği ve sesine daha güçlü bir ifade vererek konuştuğunu, ‘aaa, vaaaa’ seslerini daha yoğun çıkardığı, çocuğun Youtube izlemesine izin verilmediğinde ise sinirli bir tutum sergilediğini belirtmişlerdir. Kavuran ve Yeşil (2019, 58) tarafından Youtuberların konuşma biçimlerinin inceleme amaçlı yapılan araştırmada; örneklem olarak seçilen Youtuber’ın videolarında yoğun jest ve mimik kullanımı, sesleri ağız içinde yuvarlama ve sıklıkla kullanılan argo ve küfür öğelerine rastlanmıştır. Araştırmada incelenen Youtube yayıncılarına ait konuşma biçimlerinin bu araştırmadaki çocuklar tarafından da taklit edildiği görülmektedir.

Çocukların Youtube platformunda zaman geçirdikten sonra her zamankinden farklı olarak günlük hayatlarında kullandıkları kelime ve kelime kalıplarına orta sosyoekonomik düzey açısından bakıldığında; ‘Motor nasıl çalışır’, ‘Bitiren Granny’, ‘Challange’, ‘Bildirimlerden haberdar olmak ne demek?’, ‘Vlog’, ‘Oha’, ‘Tiktokçu’, ‘Tiktoker’, ‘Biz de video yükleyelim’, ‘Halay çekme nasıl olur?’, ‘Bildirim ne demek’, ‘Selam arkadaşlar!’, ‘Hey Arkadaşlar!’, ‘Dünya şekli’, ‘Küresel ısınma’ gibi kelime ve kelime kalıpları kullandıkları çocukların ebeveynleri tarafından ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra çocuklarının dil dağarcıklarına, küfür ve küfürlü ifadelerin girdiğini ifade ebeveyn de bulunmaktadır. Özuz (2019, 188) tarafından, Youtuberların toplumda yarattığı değişimleri inceleme amacıyla yapılan araştırmada; çocukların ‘fake atmak, trollemek, challange’ gibi Youtube yayıncılarının konuşma biçimine özel pek çok kelimeyi kullandıkları görülmüştür. Araştırma sonuçları, bu araştırmanın bulgularını desteklemektedir.

Çocukların Youtube da zaman geçirdikten sonra her zamankinden farklı olarak günlük hayatlarında kullandıkları kelime ve kelime kalıplarına yüksek sosyoekonomik düzey açısından bakıldığında; ‘Oyun karakterlerinin isimlerini söyleme’, ‘Lan’, ‘Cicbello’, ‘Bebiş’, ‘Menuci’, ‘Sesegel’, ‘Kanka’, ‘Troll’, ‘Arkadaşlar’, ‘Slime’, ‘Cennetten çiçek’, ‘Challenge’, ‘Pub G’, ‘Miniş’, ‘Saçma sapan’, ‘Bahçıvan’, ‘Fantastik’, ‘Abone’, ‘Havuz kamerası’, ‘Oğlum’, ‘Fakir-zengin’, ‘Yaaa’, ‘Argo kelimeler’, ‘Roket kafa’, ‘Uçak yapmak istiyorum’ gibi kelime ve kelime kalıpları kullandıkları çocukların ebeveynleri tarafından belirlenmiştir. Bunların yanı sıra çocukların ebeveynleri tarafından ifade edildiğine göre çocuklarda ‘Arkadaşlar’ kalıbı kullanarak

yaptıklarını açıklayarak anlatma davranışı olduğu gözlemlenmiştir. Sevdiği Youtube yayıncısını izlemek istediği için okula gitmek istemediği söyleyen ve kelimelerinin önüne sıkça ‘Yaaa’ sesini getiren çocuklar olduğu ifade edilmiştir. Fagersten (2017), tarafından örneklem olarak seçilen Youtuberın videoları incelenmiş ve videoların çok sayıda küfür ve argo ifade içerdiği belirtilmiştir.

Yüksek sosyoekonomik düzeydeki çocukların videolardaki kişilerin söylediklerinden hatırladıkları ve günlük hayatlarına yerleştirdikleri kelime sayısının, orta ve düşük sosyoekonomik düzeydeki çocukların kullandıkları kelime sayısından fazla olduğu görülmüştür.

Çocukların Youtube izledikten sonra günlük hayatlarında kullandıkları kelime ve kelime kalıpları incelendiğinde büyük çoğunun Youtube yayıncıları tarafından kullanılan kelime ve kelime kalıpları olduğu, çoğunun Türkçe kelimeler olmadığı, bir bölümünün argo ve küfür ifadesi olduğu; sosyoekonomik düzey arttıkça çocukların günlük konuşma diline yerleşen ve hatırlanan kelime ve kelime kalıplarının arttığı görülmüştür. Çocukların Youtube platformunda zaman geçirdikten sonra Youtube yayıncıları tarafından kullanılan kelime ve kelime kalıpları kullandıklarını günlük yaşamlarında kullandıkları çocukların ebeveynleri tarafından ifade edilmiştir. Araştırma sonucuna benzer şekilde, Sancılı ve Sapsağlam (2019, 2389)’ın yaptığı çalışmada çocukların ebeveynleri; çocuklarının Youtuberları izledikten sonra daha saldırgan bir dil kullandığını gözlemlediklerini aktarmışlardır. Çalışma grubunda yer alan çocukların Youtube izledikten sonra günlük hayatlarında kullandıkları kelime ve kelime kalıpları incelendiğinde, büyük çoğunluğunun Youtube yayıncıları tarafından kullanılan kelime ve kelime kalıpları olduğu ve bir bölümünün argo ve küfür ifadesi kullandığı görülmüştür. Atatunç (2019, 107), Türkiye’de popüler olan Youtuber videolarının içerik analizlerini yapmış ve bu analizler sonucunda bazı videolarda küfür ve argo ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir. Youtube yayıncıları tarafından kullanılan küfür ve argo kelimelerin bu çalışmada yer alan çocuklar tarafından da kullanıldığı görülmektedir. Papadamou ve diğerleri (2020, 522) çocukların Youtube’da sakıncalı videolarla karşılaşma olasılıklarının yüksek olduğunu belirtirken; Kaushall ve diğerleri (2016, 157) özellikle çocuklar tarafından izlenen çizgi filmlerde uygun olmayan içeriklerle karşılaştıklarını ifade etmiştir. Araştırma sonucunda çocuklar tarafından hatırlanan ve ifade edilen kelimelerin bir bölümünün Türkçe kökenli kelimeler olmadığı görülmüştür. Ayrıca Kavuran ve Yeşil (2019, 59) inceledikleri Youtube

yayıncısına ait videolarda kullanılan dili ‘Türkçe dil yapısına uymayan’ ve ‘Düşük kalitede’ olarak nitelendirmişlerdir.

Çocukların karakter seçimlerinde Youtube yayıncılarının etkisini belirleme amacıyla yapılan drama etkinliğinde, çocukların olmak istedikleri hayvanlar sırasıyla fil, kaplumbağa ve zürafadır. Hayvan seçiminde hayvanın yaptığı aktiviteden ziyade çocuğun o hayvana olan tutumu etkili olmuştur. Çocukların hoşlarına giden bir durum olduğunda ne yapacaklarına ilişkin olan soruda sosyoekonomik düzey fark etmeksizin en fazla resim çizmek istedikleri belirlenmiştir. Bu duruma cinsiyet açısından bakıldığında; kızlar en fazla resim çizme, erkekler ise resim çizme ve heykel yapma davranışı göstereceğini ifade etmişlerdir. Çocukların çoğunlukla resim çizmek istemesinin sebebi Artut (2005, 224) tarafından ifade edildiğine göre, çocuğun özgün dünyasındaki yansımaları ifade ederek iletişim kurmak istemesinden kaynaklanabilmektedir. Rubin (1977, 383) tarafından okul öncesi dönem çocuklarıyla gerçekleştirilen araştırmada, çalışma grubunun çoğunun resim yapmayı tercih ettikleri sonucuna ulaşılmış, araştırma sonucu bu araştırmanın bulgularıyla benzerlik göstermiştir.

Çocuğun sembolik bir kamera önünde kullanacağı kelimeleri inceleme amacıyla yapılan drama etkinliğinde, çocukların en fazla yaptığı veya yapacağı işi ve işlemi açıklama ve karşılama ifadelerini kullandığı, sonrasında ise ‘Merhaba arkadaşlar’, ‘Hoş geldiniz’ gibi Youtube yayıncıları tarafından kullanılan karşılama ifadeleri kullandıkları belirlenmiştir. Sancılı ve Sapsağlam (2019, 2391) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, ebeveynlerin ifadelerine göre: Youtube yayıncılarını takip eden çocuklarının konuşmasının doğal halinden uzaklaşarak Youtube yayıncılarına benzer bir hal aldığı, ‘Merhaba arkadaşlar’ ‘Kanalıma hoş geldiniz’ gibi kelime kalıplarını kullandıkları ifade edilmiştir. Araştırma bulguları, bu araştırmanın bulgularını destekler niteliktedir.

Araştırma sonuçları doğrultusunda;

- Çocukların öz denetimlerinin artırılması için desteklenmeleri,
- Çocukların dijital platformlardaki olumsuz ve zararlı içerikler noktasında bilgilendirilmesi,
- Ebeveynlerin medya okur yazarlığı yeterliklerinin desteklenmesi,

- Ebeveynlerin çocukları tarafından izlenen Youtube yayıncılarının videolarını denetlemeleri,
- Youtube yayınlarının içeriklerinin denetlenmesi,
- Ebeveynlerin çocuklarıyla nitelikli zaman geçirmeleri ve çocuklarının ekran kullanım sürelerini azaltmaları,
- Ebeveynlerin çocuklarının dijital ayak izlerini takip etmeleri,
- Dijital platformların ve aşırı düzeydeki ekran kullanım sürelerinin çocukların gelişim özellikleri üzerindeki olumsuz etkilerinin araştırılması,
- Çocukların dil gelişimleri ve konuşma üzerinde etkili olan gelişimsel ve çevresel faktörlerin araştırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Albert, Martin L., Lisa Tabor, Conner. 1999. Brain, Language, and Environment. **Brain and Language**. s. 71: 4-6.
- Altınörs, S. Atakan. 2012. Dile Davranışçı Yaklaşımlara Chomsky'nin İtirazı Üzerine. **Karadeniz-Blacksea-Черное море**. s. 14: 65-90.
- Akbulut, Yavuz. 2013. Çocuk ve Ergenlerde Bilgisayar ve İnternet Kullanımının Gelişimsel Sonuçları. **Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, c. 3. s. 2: 5368.
- Akın Şenkal, Özgül. 2018. **Dil Gelişimi ve Dil Geçikmesi**. 1. bs. Ankara: Akademişyen Kitapevi.
- Aksu, Aybike. 2020. Youtube'daki Çocuk Kanalları: Bir İçerik Analizi Çalışması. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Aktaş, Fırat, Saffet, Şahin. 2019. Okul Öncesi Eğitim Alan Çocukların Bilgisayar, Tablet ve Telefonla Oyun Oynama Alışkanlıklarının İncelenmesi. **14. Ulusal Okul Öncesi Öğretmenliği Öğrenci Kongresi, 25-27 Nisan 2019**. İstanbul: Maltepe Üniversitesi. <http://openaccess.maltepe.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12415/5462> [01.07.2020].
- Armstrong, Elizabeth, Alison, Ferguson. 2010. Language, Meaning, Context, and Functional Communication. **Aphasiology**. c. 24. s. 4: 480-496.
- Artut, Kazım. 2004. Okul Öncesi Resim Eğitiminde Çocukların Çizgisel Gelişim Düzeylerine İlişkin Bir İnceleme. **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. c. 13. s. 1: 223-235.
- Aslan, Hatice Selcen. 2019. 48-66 Aylık Çocuklarda Dil Gelişimi ve Sosyal Beceri ile İlişkili Değişkenlerin Araştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Atalay, Gül Esra. 2019. Sosyal Medya ve Çocuk: "Babishko Family Fun TV" İsimli Youtube Kanalının Eleştirel Bir Analizi. **Erciyes İletişim Dergisi** s. 1: 179-202.
- Ataseven, Hilal. 2019. Dil Gelişimini Destekleyici Oyun Etkinlikleri Programının 5-6 Yaş Grubu Mülteci Çocukların Dil Gelişimlerine ve Günlük Yaşam Becerilerine Etkisinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atatunç, Fatih. 2019. Video İçerik Üretimi ve Üreticileri: Youtube Türkiye'de Popüler Olan Youtuber İçeriklerinin Analizi. Yüksek Lisans Tezi. Doğuş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Ateş, Mehmet Ali, Neslihan, Durmuşoğlu Saltalı. 2019. KKTC’de Yaşayan 5-6 Yaş Çocukların Tablet ve Cep Telefonu Kullanımına İlişkin Ebeveyn Görüşlerinin İncelenmesi. **Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi**. c. 5. s. 1: 62-90.
- Ayrancı Bağcı, Bilge. 2018. 0-12 Yaş Dil Gelişimi Uygulamaları ve Yapılması Gerekenler. **Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. c. 8. s. 1: 13-34.
- Baldauf, Kenneth, Ralph, Stair. 2010. **Succeeding With Technology: Computer Concepts For Your Life**. Boston: Engage Learning (Aktaran: Jang, Sun Hee. 2015. “I am a YouTuber” A Netnographic Approach To Profiling Teen Use Of YouTube. Doktora Tezi. University of Tasmania).
- Bandura, Albert. 2001. Social Cognitive Theory of Mass Communication. **Media Psychology**. s. 3: 270.
- Bayhan, Pınar, A. Gülşah, Saranlı. 2010. Vygotsky nin Kuramına Dayanan Kendine Yönelik Konuşma Davranışının Okul Öncesi Dönemdeki Gelişimi ve Uygulamalarda Kullanımı. **Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi** c. 30. s. 3: 819-834.
- Baykal, Mevlüt. 2018. 2-6 Yaş Arası Çocukların Dil Kullanımı Üzerine Bir İnceleme: Denizli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Baykoç, Necate. 2015. **Özel Gereksinimli Çocuklar ve Özel Eğitim**. 3. bs. Ankara: Eğiten Kitap.
- Berners-Lee, Tim, Robert, Cailliau, Ari, Luotonen, Henrik Frystyk, Nielsen, Arthur Secret. 1994. The World-Wide Web. **Communications of the ACM**. c. 37. s. 8: 76-82.
- Bloom, Lois, Margaret, Lahey. 1979. **Language Development and Language Disorders: Form And Function In Emerging Grammars**. John&Wiley Sons Inc. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8QZ2GQ5> [01.12.2020].
- Bornstein, March H., Chun Shin, Hahn, O. Maurice, Haynes. 2004. Specific And General Language Performance Across Early Childhood: Stability And Gender Considerations. **First Language**. c. 24. s. 3: 267-304.
- Bozkurt, Aras. 2013. Açık ve Uzaktan Öğretim: Web 2.0 ve Sosyal Ağların Etkileri. **15. Akademik Bilişim Konferansı, 23-25 Ocak 2013**. Antalya: Akdeniz Üniversitesi. https://ab.org.tr/ab13/kitap/bozkurt_uzaktan_AB13.pdf. [15.06.2020].
- Bulut, Sefa. 2008. Seçici Konuşmamazlık (Selective Mutizm): Sebepleri ve Tedavi Yaklaşımları. **Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. c. 2. s.17: 52-65.
- Burges, Jean. [22.06.2020]. 2011. YouTube. <https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo9780199791286/obo-9780199791286-0066.xml>.

- Büyükbaykal, Güven. 2007. Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri. **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**. s. 28: 31-44.
- Calabrese, Cristina. 2017. **Become a Youtuber: Build Your Own Youtube Channel**. Kanada: John Wiley&Sons.
- Can, Eda. 2009. İşitme Kayıplı Türk Çocuklarda Alıcı ve İfade Edici Dil Becerilerinin Gelişimi. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Canan, Nağme. 2012. Okul Öncesi Dönem Çocuklarda İki Dilliliğin Zihin Kuramı Gelişimi Üzerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cheng, Xu, Cameron, Dale, Jiangchuan, Liu. 2008. Statistics And Social Network Of Youtube Videos. **16th International Workshop on Quality of Service, 2-4 Haziran 2008**. Enskeede: University of Twente. <https://www2.cs.sfu.ca/~jcliu/Papers/YouTube-IWQoS2008.pdf> [20.06.2020].
- Chomsky, Noam. 1957. **Syntactic Structures**. The Hague: Mouton. (Aktaran: Reyna, Valeria F. 1993. Theory And Reality IPsycholinguistics. **Psychological Science**. c. 4. s. 1: 15-23).
- _____. 1959. A Review Of BF Skinner's Verbal Behavior. **Language**. c. 35. s. 1: 26-58.
- Choudhury, Nupur. 2014. World Wide Web And Its Journey From Web 1.0 To Web 4.0. **International Journal of Computer Science and Information Technologies**. c. 5. s. 6: 8096-8100.
- Christensen, Larry B., R. Burke, Johnson, Lisa A., Turner. 2015. **Araştırma Yöntemleri Desen ve Analiz**. çev. ed. Ahmet Aypay. İstanbul: Anı Yayıncılık
- Cormode, Graham, Balachander, Krishnamurthy. 2008. Key Differences Between Web 1.0 and Web 2.0. **First Monday**. c. 13 s. 6: 1-30.
- Creswell, John W.. 2017. **Araştırma Deseni: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları**. 3. bs. Ankara: Eğiten Kitap.
- Çakır, Hamza, Hakan, Topçu. 2005. Bir İletişim Dili Olarak İnternet. **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. c.1. s. 19: 71-96.
- Çelen, Fatma Kübra, Aygöl, Çelik, S. Sadi, Seferoğlu. 2011. Çocukların İnternet Kullanımları ve Onları Bekleyen Çevrim-İçi Riskler. **13. Akademik Bilişim Konferansı, 2-4 Şubat 2011**. Malatya: İnönü Üniversitesi. 645-652.
- Çelik, İsmail. 2017. Noam Chomsky ve Psiko-Linguistik Dil Gelişim Kuramı. **Turkish Studies**. c. 12. s. 28: 193-208.
- Çiçek, Mesut. 2018. Youtuber Videolar: Kim Nerede, Ne zaman, Nasıl, Neden İzler. **Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**. c. 5. s. 7: 151-162.

- Çiyiltepe, Müzeyyen, Tümer, Türkbay. 2004. Konuşmanın Bileşenleri ve Konuşma Gecikmesi Olan Çocukların Değerlendirilmesi: Gözden Geçirme. **Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi**. c. 11. s. 2: 89-97.
- Çomu, Tuğrul. 2012. Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: YouTube Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çubukçu, Zühal, Mehmet, Gültekin. 2006. İlköğretimde Öğrencilere Kazandırılması Gereken Sosyal Beceriler. **Bilig**. s.37: 155-174.
- Dağabakan, Fatma, Davut, Dağabakan. [14.06.2020]. Dil ve Çocukta Dil Gelişim Kuramları. <http://www.anaokullu.com/aa-belge/okul-oncesi-makale-dil-dil-gelistimi.pdf>.
- Damarlı Oçak, Songül. 2007. İlköğretim Birinci Sınıf Öğrencilerinin Dil Gelişim Düzeyleri İle Okuma- Yazma Başarısı Arasındaki İlişki. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Davidson, Christina, Lisa M., Given, Susan, Danby, Karen, Thorpe. 2014. Talk about a YouTube Video in Preschool: The Mutual Production of Shared Understanding for Learning with Digital Technology. **Australasian Journal of Early Childhood**. c. 39. s. 3: 76–83.
- Davidson, James, Benjamin, Liebold, Junning, Liu, Palash, Nandy, Taylor, Van Vleet. 2010. The YouTube Video Recommendation System. **In Proceedings of the Fourth ACM Conference On Recommender Ssystems**. 293-296.
- Dayan Tokgöz, İnci. 2006. Okul Öncesi Çocuklarına Yönelik Kitapların Dil Gelişimi ve Anlambilim Açısından Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Demirci, Didem. 2019. Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri; Youtube Fenomeni Danla Bilic Takipçileri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirel Ercan, E. Eda. 2016. Dil Gelişimi ve Kuramları. **Eğitimde Psikolojik Yansımalar**. ed. Nurten Sargın, Selahattin Avşaroğlu, Ali Ünal. Konya: Çizgi Kitabevi: 125-134
- Demirkan Baytar, Burçin. 2014. Dil Gelişimi Sorunlarının Ortaya Çıkışında Bakıcının Rolü. Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Demirli, Cihad, Ömer Faruk, Kütük. 2010. Anlamsal Web (Web 3.0) ve Ontolojilerine Genel Bir Bakış. **İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi**. c. 9. s. 18: 97-107.
- Deniz, Ayşegül. 2018. Resimli Öykü Kitaplarının ve Kitap Okuma Etkinliklerinin Niteliğinin Beş Yaş Çocuklarının Dil Gelişimiyle İlişkisinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

- Dereli, Esra. 2003. Okul Öncesi Eğitime Devam Eden 4–6 Yaş Arasındaki Çocukların İfade Edici Dil Düzeylerinin İncelenmesi Konya İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Driessens, Olivier. 2016. Mediatization, Promotion, And The Body. **The Democratization Of Celebrity**. ed. P. David Marshall, Sean Redmond. Chichester: Wiley:371- 384.
- Effing, Robin., Jos Van Hillegersberg, Theo, Huibers. 2011. Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems? International Conference On Electronic Participation, 29 Ağustos- 1 Eylül. Delft, Hollanda.
- Elo, Satu, Helvi, Kyngas. 2008. The Qualitative Content Analysis Process. **Journal of Advanced Nursing**. c. 62. s:1: 107–115.
- Elsias, Nelly,Idit, Sulkin. 2017. YouTube Viewers In Diapers: An Exploration Of Factors Associated With Amount Of Toddlers’ Online Viewing. **Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace**. c. 11. s. 3.
- Emerson, Caryl. 1983. The Outer Word and Inner Speech: Bakhtin, Vygotsky, and the Internalization of Language. **Critical Inquiry**. c. 10. s. 2: 245–264.
- Epstein, Ann. 2015. Using Technology Appropriately in the Preschool Classroom. **Exchange Focus**. c. 28. s. 1: 1-19.
- Erdem, İlhan. 2013. Konuşma Eğitimi Esnasında Karşılaşılan Konuşma Bozuklukları ve Bunları Düzeltme Yolları. **Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. s. 11: 415-452.
- Erdener, Eda. 2009. Vygotsky’nin Düşünce ve Dil Gelişimi Üzerine Görüşleri: Piaget’e Eleştirel Bir Bakış. **Journal of Turkish Educational Sciences**. c. 7. s. 1: 85-103.
- Ergen, Yunus. 2019. Popüler Kültürün Popüler Rol Modelleri YouTuberlar İlköğretim Çağındaki Özel Okul Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. **İnsan ve Toplum**. c. 9. s.1: 117-153.
- Ergenç, İclal. [18.06.2020]. Dilin Beyindeki Gerçekleşimi ve Konuşma Eylemi. https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/30136/mod_resource/content/1/DBB302%20-%20Dil%20ve%20Beyin%20-%203.%20Hafta%20-%20Dil%20Sistemi.pdf
- Ergin, Büşra. 2012. 5-6 Yaş Çocuklarının Dil Gelişim Düzeyleri ile Sosyal Kabul Durumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ergün, Mustafa, Suphi, Özsüer. 2006. Vygotsky’nin Yeniden Değerlendirilmesi. **Afyon Karahisar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. c. 8. s. 2: 269-292.

- Erkan, Semra. 2011. Farklı Sosyoekonomik Düzeydeki İlköğretim Birinci Sınıf Öğrencilerinin Okula Hazır Bulunuşluklarının İncelenmesi. **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**. s. 40: 86-197.
- Genç, Zulfu. 2014. Parents' Perceptions about the Mobile Technology Use of Preschool Aged Children. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**. s. 146: 55-60
- Geschwind, Norman, Albert, Galaburda. 1985. Cerebral Lateralization. **Archives of Neurology**. c. 42. s. 5: 428-459.
- Fagersten, Kristy Beers. 2017. The Role of Swearing In Creating An Online Person: The Case of Youtuber PewDiePie. **Discourse Context & Media**. s.18: 1-10.
- Fide, Eslem Gözde, Özkan, Sapsağlam. 2020. Youtube Yayıncılarının Çocukların Kimlik İnşa Süreçlerine Yansıması. **Türkiye Bilimsel Araştırmalar Dergisi**. c. 5. s. 2: 98-109.
- Field, John. 2011. Psycholinguistics. **The Routledge Handbook of Applied Linguistics**. ed. James Simpson. Londra: Routledge: 492-506.
- Fifer, William, Christine, Moon. 1994. The Role of Mother's Voice in The Organization of Brain Function in the Newborn. **Acta Paediatrica**. s.83: 86-93.
- Fulcher, Megan, Erin L., Sutfin, Charlotte J., Patterson. 2007. Individual Differences in Gender Development: Associations with Parental Sexual Orientation, Attitudes, and Division of Labor. **Sex Roles**. c. 58. s. 5-6: 330-341.
- Garton, Allison. 1995. **Social Interaction And The Development Of Language And Cognition**. Trowbridge: Redwood Books. Psychology Press. books.google.com.tr [06.07.2020]
- Gathercole, Virginia, Eugenia, Sebastian, Pilar, Soto. 1999. The Early Acquisition Of Spanish Verbal Morphology: Across the Board Or Piecemeal Knowledge?, **International Journal Of Bilingualism**. s. 3: 133-182.
- Gerrig, Richard J., Philip G., Zimbardo. 2013. **Psikoloji ve Yaşam**. çev. Gamze Sart. Ankara: Nobel Yayınevi
- Global Report [16.07.2020]. We Are Social. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>.
- Gönen, Mübeccel. 1988. Anaokuluna Giden Dört-Beş Yaş Çocuklarına Resimli Kitaplarla Yapılan Eğitimin Dil Gelişimine Etkisinin İncelenmesi. Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Gönen, Mübeccel, Meziyet, Arı. 1989. Anaokuluna Giden Dört- Beş Yaş Çocuklarına Resimli Kitaplarla Yapılan Eğitimin Dil Gelişimine Etkisinin İncelenmesi. **Eğitim ve Bilim**. c. 13. s. 72: 21-30.

- Gönen, Mübeccel, Güliden, Uyanık Balat. 2002. Çocuk Kitaplarına Yeni Bir Yaklaşım: İnternet’te Resimli Çocuk Kitapları. **Türk Kütüphaneciliği**. c. 16. s. 2: 163-170.
- Graven, Stanley, Joy, Browne. 2008. Auditory Development in The Fetus and Infant. **Newborn And Infant Nursing Reviews**. c. 8. s. 4: 187-193.
- Gülmez, Elif. 2019. Okul Öncesi Dönem Kavram Öğretiminde Youtube’un Bir Eğitim Teknolojisi Olarak Kullanılması. Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Güncel Türkçe Sözlük. [14.06.2020]. Türk Dil Kurumu. <https://sozluk.gov.tr/>
- Güneş, Firdevs. 2007. **Türkçe Öğretimi ve Zihinsel Yapılandırma**. Ankara: Nobel Yayınları. (Aktaran: Güneş, Firdevs. 2010. Ninnilerin Çocukların Dil ve Zihinsel Gelişimine Etkisi. **Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks**. c. 2. s. 3: 27-38.)
- _____. 2011. Dil Öğretim Yaklaşımları ve Türkçe Öğretimindeki Uygulamalar. **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. c. 8. s.15: 123 – 148.
- _____. 2013. Dil Bilgisi Öğretiminde Yeni Yaklaşımlar. **Journal of Language and Literature**. c. 2. s. 7: 71-92.
- Hirsh-Pasek, Kathy, Lauren B., Adamson, Roger Bakeman, Margaret Tresch, Owen, Roberta Michnick, Golinkoff, Amy Pace, Paula K. S. Yust, Katharine Suma. 2015. The Contribution of Early Communication Quality to Low-Income Children’s Language Success. **Psychological Science**. c. 26. s. 7:1071 1083.
- Hoff, Erika. 2006. How Social Contexts Support And Shape Language Development. **Developmental Review**. c. 26. s.1: 55–88.
- Horzum, Mehmet Barış. 2010. Öğretmenlerin Web 2.0 Araçlarından Haberdarlığı, Kullanım Sıklıkları ve Amaçlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**. c.7. s. 1: 603-634.
- Hourcade, Juan Pablo, Sarah L., Mascher, David, Wu, Luiza, Pantoja. 2015. Look, My Baby Is Using an iPad! An Analysis of YouTube Videos of Infants and Toddlers Using Tablets. **Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems, Nisan 2015**. Seoul. [17.06.2020].
- Internet. [07. 07. 2020]. Slevin, James. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781405165518.wbeos.i061>
- Jang, Sun Hee. 2015. “I am a YouTuber” A Netnographic Approach To Profiling Teen Use Of YouTube. Doktora Tezi. University of Tasmania.
- Jones, Troy, Kristen, Cuthrell. 2011. YouTube: Educational Potentials and Pitfalls. **Computers in the Schools**. c. 28. s. 1: 75–85.

- Jusczyk, Peter, Richard N. Aslin, R. 1995. Infants' Detection of the Sound Patterns of Words in Fluent Speech. **Cognitive Psychology**. c. 29. s. 1: 1-23.
- Kaçar, Sena. 2016. Okul Öncesi Normal Gelişim Gösteren 5–6 yaş Grubu Çocukların Tercih Ettikleri Oyun Türlerinin Dil gelişimi ve Problem Çözme Becerisi Üzerine Etkisinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaplan, Andreas. M., Michael, Haenlein. 2010. Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities of Social Media. **Business Horizons**. c. 53. s. 1: 59-68.
- Kara, Şeref. 2004. Ana Dil Edinimi ve Erken Yaşta Yabancı Dil Öğretimi. **Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**. c. 17. s. 2: 295-314.
- Karacan, Elvan. 2000. Bebeklerde ve Çocuklarda Dil Gelişimi. **Klinik Psikiyatri**. c. 3. s. 4: 263-268. Çocuklarda Dil Gelişimini Etkileyen Faktörler. **Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi**. c. 9. s. 7: 1-13.
- Karadüz, Adnan. 2010. Dil Becerileri ve Eleştirel Düşünme. **Turkish Studies**. c. 5. s. 3: 1566-1593.
- Kaushall, Rishabh, Srishty, Saha, Payal, Bajaj, Ponnurangam, Kumaraguru. **14th Annual Conference on Privacy, Security and Trust (PST), 2016**. Auckland: 157-164.
- Kavuran, Tamer, Abuzer, Yeşil. 2019. İnteraktif Medyada Youtuber'ların İletişim Dili: Enes Batur Oyun Videoları Örneği. **Journal of Social Science**. c. 2. s. 3: 45-62.
- Kayri, Murat, Selim, Günüş. 2016. Yüksek Ve Düşük Sosyoekonomik Koşullara Sahip Öğrencilerin İnternet Bağımlılığı Açısından Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. **The Turkish Journal on Addictions**. c. 3. s. 2: 165-183.
- Kılınç, Barış, Elif Pınar, Kılınç. 2014. Yeni Medya Ortamında Çocuk Birey Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya Pedagojisinin Önemi. **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**. s. 22: 9-23.
- Kırık, Ali Murat. 2013. Yeni Medya Çağı Çerçevesinde Türkiye'de Televizyondan İnternete Dönüşüm ve Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kızılkaya, Zeynep Zelal. 2018. Sosyal Ağlarda Annelik: Youtuber Anneler Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kietzmann, Jan H., Kristopher Hermkens, Ian P. McCarthy, and Bruno S. Silvestre. 2011. Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. **Business Horizons** c. 54. s. 3: 241–251.
- Kilis, Selcan, Christian, Rapp, Yasemin, Gülbahar. 2014. Eğitimde Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Yükseköğretim Düzeyindeki Eğitimcilerin Algısı:

- Türkiye-Almanya Örnekleme. **Journal of Instructional Technologies & Teacher Education**. c. 3. s. 3: 20-28.
- Koçak, Nurcan, Büşra, Ergin, Hatice, Yalçın. 2014. 60-72 Aylık Çocukların Türkçe Dil Kullanımı Düzeyleri ve Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi. **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**. c. 16 s. Özel Sayı 12: 100-106.
- Kol, Suat. 2011. Erken Çocuklukta Bilişsel Gelişim ve Dil Gelişimi. **Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**. c. 5. s. 21: 1-21.
- Koşkulu, Sümeyye. 2019. Maternal Behaviors and Joint Attention Mediate the Link Between Maternal Education Levels and Infants Language Development. Yüksek Lisans Tezi. Koç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurgun, Hülya, Osman Avşar, Kurgun, Erdem, Aktaş. 2018. What Does Web 4.0 Promise for Tourism Ecosystem? A Qualitative Research on Tourism Ecosystem Stakeholders Awareness. **Journal of Tourism and Hospitality Management**. c. 6. s.1: 55-65.
- Lamb, Annette. 2011. Reading Redefined For a Trans Media Universe. **Learning & Leading Technology**. c. 39. s. 3: 12-18.
- Lenneberg, Eric H. 1967. **Biological Foundations of Language**. New York: Wiley. (Aktaran: Hurford, James R. 1991. The Evolution Of The Critical Period For Language Acquisition. **Cognition**. c. 40. s. 3: 159-201).
- Martinez, Carolina, Tobias Olsson. 2019. Making Sense Of Youtubers: How Swedish Children Construct And Negotiate The Youtuber Misslisibell As A Girl Celebrity. **Journal Of Children And Media**. c. 13. s. 1: 36- 52.
- Mestçi, Aytaç. 2009. Web 2.0 Teknolojisi ve İnteraktif Pazarlama ve Reklam Modelleri. **11. Akademik Bilişim Konferansı, 11-13 Şubat 2009**. Şanlıurfa: Harran Üniversitesi. 589-596.
- Metin, Nilgün. [14.06.2020]. 0-6 Yaş Grubundaki Çocukların Gelişim Özellikleri. <http://bilge.k12.re/rehberlik/0-6-pdf>
- Millî Eğitim Bakanlığı. 2013. **Çocuk Gelişimi ve Eğitimi**. Ankara.
- _____. 2013. **Okul Öncesi Eğitim Programı**. Ankara.
- Moor, Peter J, Ard, Heuvelman, Ria, Verleur. 2010. Flaming on Youtube. Computers in Human Behavior. c. 26. s. 6: 1536-1546.
- Mullen, Rebecca, Linda, Wedwick. 2008. Avoiding the Digital Abyss: Getting Started in the Classroom with YouTube, Digital Stories, and Blogs. **The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas**. c. 82. s. 2: 66-69.
- Muslugüme, Emine. 2016. Dil Gelişimini Destekleyici Ebeveyn Eğitim Programının Sosyoekonomik Düzeyi Düşük Ailelerin Çocuklarının Dil Gelişimine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

- Mustafaoğlu, Rüstem, Emrah, Zirek, Zeynal, Yasacı, Arzu, Razak Özdiñler. 2018. Dijital Teknoloji Kullanımının Çocukların Gelişimi ve Sağlığı Üzerine Olumsuz Etkileri. **Addicta: The Turkish Journal on Addictions**. c. 5. s. 2: 1-21.
- Mutlu, Begüm. 2017. Sosyal Medya Pazarlamasının Yeni Yüzleri Youtube İçerik Üreticileri ve Kanal Toplulukları: Youtuber - Marka İşbirliği Videoları Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Neuendorf, Kimberly, Anup, Kumar. [02. 01. 2021]. Content Analysis <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118541555.wbiepc065>.
- Neumann, Michelle M., Christothea, Herodotou. 2020. Young Children and YouTube: A Global Phenomenon. **Childhood Education**. c. 96. s. 4: 72-77.
- Newport, Elisa, Ted, Supalla. 1987. A Critical Period Effect In The Acquisition Of a Primary Language. **University of Illinois**. (Aktaran: Hurford, James R. 1991. The Evolution Of The Critical Period For Language Acquisition. **Cognition**. c. 40. s. 3: 159–201).
- Okumuş, Veysel. 2018. Çocukların Sosyal Medya Kullanımları ile Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Onan, Bilginer. 2010. Beynin Bilişsel İşlevleri Üzerine Yapılan Araştırmalar ve Ana Dili Eğitime Yansımaları. **Journal of Türklük Bilimi Araştırmaları**. c. 15. s. 27: 521-561.
- O'reilly, Tim. [28.06.2020]. Web 2.0: Compact Definition. <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>
- Owens, Robert. 2001. **Language Development: An Introduction**. Boston: Allyn and Bacon (Aktaran: Akın Şenkal, Özgül. 2018. **Dil Gelişimi ve Dil Geçikmesi**. 1. bs. Ankara: Akademisyen Kitapevi).
- Özdemir, Zafer. 2016. Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı. **Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**. c. 2. s. 1: 112-131.
- Özkılıç Kabul, Nadire Deniz 2019. Üç Yaş Çocuklarda Teknolojik Alet Kullanımının Sosyal Beceri, Oyun Becerisi ve Dil Gelişimi Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özkonuk, Burcu. 2019. Çocukluk Sosyolojisi Bağlamında Çocuk Özneler İçin Youtube ve Youtuber Olmak Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özkök, Özge. 2019. Sosyal Medyada Sanal Kimlikler; Sosyal Medya Fenomenlerinin Benlik Sunumları Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

- Özuz, Elif. 2018. Dijital Sosyoloji Perspektifinden Toplumsal Değerlerin Değişme Sürecinde YouTuberlar: İlköğretim Öğrencileri Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Papadamou, Kostantinos, Antonis, Papasavva, Savvas, Zannettou, Jeremy, Blackburn, Nicolas, Kourtellis, Ilias, Leontiadis, Gianluca, Stringhini, Michael, Sirivianos. 2020. Disturbed YouTube for Kids: Characterizing and Detecting Inappropriate Videos Targeting Young Children. **Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media**. s. 14 c. 1: 522-533.
- Paquette, Dede, John, Ryan. [07.07.2020]. Bronfenbrenner's Ecological Systems Theory. https://dropoutprevention.org/wpcontent/uploads/2015/07/paquetteryanwebquest_20091110.pdf
- Payne, Adam C., Grover J, Whitehurst, Andrea L., Angell. 1994. The Role Of Home Literacy Environment In The Development Of Language Ability In Preschool Children From Low-Income Families. **Early Childhood Research Quarterly**. c. 9. s. 3-4: 427-440.
- Pençe, Sadrettin. 2000. Serebral Lateralizasyon. **Van Tıp Dergisi**. c. 7. s. 3: 120-125.
- Piaget, Jean. (1926). **The Language And Thought Of The Child**. Edinburgh: The Edinburgh Press. http://s-f-walker.org.uk/pubsebooks/pdfs/Language_and_Thought_in_the_Child--Piaget.pdf [20.06.2020].
- Rabee, Riham, Muhammad, Najim, Yusuf, Sherwani, Maroof, Ahmed, Muhammad, Ashraf, Osama, Al Jibury, Nuha, Rabee. 2015. YouTube in Medical Education: a Student's Perspective. **Medical Education Online**. s. 20: 1-2.
- Rubinn, Kenneth. The Social and Cognitive Value of Preschool Toys and Activities. **Canadian Journal of Behavioural Science**. c. 9. s. 4: 382-385.
- Saka, Erkan. 2019. **Yeni Medya Çalışmaları V Türkiye İnternet Tarihi**. İstanbul: Alternatif Bilişim. <https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/turkiye-internet-tarihi.pdf> [18.07.2020].
- Sancılı, Semanur, Özkan, Sapsağlam. 2019. Teknoloji Çağı Karakteri Olarak Youtuberlar'ın Çocukların Günlük Yaşamındaki Etkilerinin İncelenmesi: Ebeveyn Görüşleri. **Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kongresi Tam Metin Kitabı**, 12-13 Aralık 2019. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi: 2383-2393.
- Sapsağlam, Özkan. 2018. Social Media Awareness and Usage in Preschool Children. **International Journal of Eurasia Social Sciences**. c. 9. s. 31: 728-746.
- Sapsağlam, Özkan, Demet, Aydın, Nazlıcan, Toksoy. 2020. Comparisons Of Childrens Level Of Recall: Stories Told Through E-Book And Picture Book. **Educational Research and Reviews**. s.15: 123-128.

- Sapsağlam, Özkan, Esra, Ömeroğlu. 2016. Examining the Effect of Social Values Education Program Being Applied to Nursery School Students upon Acquiring Social Skills. **Educational Research and Reviews**. c. 11. s. 13: 1262-1271.
- Sebastiangalles, Nuria. 2006. Native-Language Sensitivities: Evolution in the First Year of the Life. **Trends in Cognitive Sciences**. c.10. s. 6: 239–241.
- Sığirtmaç, Ayperi. 2005. Okul Öncesi Dönemde Müzik Eğitimi. **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. c. 9. s. 9: 30-39.
- Social Media Usage Worldwide. [15.06.2020]. Statistica. <https://www.statista.com/study/12393/social-networks-statista-dossier/>
- Stafford, Mark W., Mark L., Sundberg, Steven J, Braam. 1988. A Preliminary Investigation of The Consequences That Define The Mand and The Tact. **The Analysis of Verbal Behavior**. s. 8: 31-41.
- Stein, Laura. 2013. Policy and Participation on Social Media: The Cases of YouTube, Facebook, and Wikipedia. **Communication, Culture & Critique**. s. 6. c. 3: 353–371.
- Sundberg, Mark L, Jack Michael. 2001. The Benefits of Skinner’s Analysis of Verbal Behavior For Children With Autism. **Behavior Modification**. c. 25. s. 5: 698-724.
- Google Hesaplarında Yaş Sınırlamaları. [07.07. 2020]. Support Google. <https://support.google.com/accounts/answer/1350409>
- Şimşek, Z. Ceren. 2017. Farklı Kitap Okuma Tekniklerinin 48-66 Ay Grubu Çocuklarının Dil Gelişimine Olan Etkileri. Doktora Tezi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Temiz, Gülay. 2002. Okulöncesi Eğitimin Çocuğun Dil Gelişimine Olan Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Temizyürek, Fahri. 2008. Çocukta Dil Gelişim Süreci. **Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD)**. s. 7: 169-176.
- Tepeli, Yusuf, Hüsnü Kamil, Karadeniz. 2013. Otizmli ve Normal Gelişim Gösteren Çocukların Alıcı Dil Becerilerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. **Journal of Language and Literature Education**. c. 2. s. 6: 73-89.
- Tetik, Gamzegül. 2015. Diyaloğa Dayalı Hikaye Okuma Tekniği ile Okunan Öykülerin 4-5 Yaş (48-60 Ay) Çocuklarının Dil Gelişimine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Toğay, Abdullah, Tunç Erdal, Akdur, İbrahim Cihan, Yetişen, Arzu, Bilici. 2013. **Akademik Bilişim Konferansı, 23-25 Ocak 2013**. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Topbaş, S. Seyhun. 2019. **Dil ve Kavram Gelişimi**. 8. bs. Ankara: Kök Yayıncılık.

- Tulu, Yeliz. 2009. Anadili Türkçe Olan ve Anadili Türkçe Olmayan 4-7 Yaş (iki dilli) Çocukların Dil Düzeylerine Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tur-Vines, Victoria, Maria, Gonzalez-Río. 2019. Youtubers and Community Management Strategies. **Revista Latina de Comunicación Social**. s. 74: 1291-1307.
- Türkmen, Tayfun. 2020. Sosyal Medyada Tanınırlık ve Sanal Kimlikler; Youtuberlar. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uğur, Dilek, Mehmet Enes, Gökler. 2019. Tanınmış Bir Youtuber'ın Gençler Üzerindeki Olası Etkisinin İncelenmesi. **3. International 21. National Public Health Congress, 26-30 Kasım 2020. Antalya: Halk Sağlığı Uzmanları Derneği**.
<https://2019.uhsk.org/ocs236/index.php/UHsk21/UHsk/paper/view/245> [03. 12. 2020].
- Usta, İlker. 2019. Okul Öncesi Çocukluk Dönemi ve Eğitici Ahşap Oyuncaklar. **Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**. c. 6. s. 4: 211-238.
- Voegtline, Kristin M., Kathleen A., Costigan, Heather A., Pater, Janet A., DiPietro. 2013. Near-term Fetal Response To Maternal Spoken Voice. **Infant Behavior and Development**. c.36. s. 4: 526-533.
- Vural, Z. Beril, Mikail, Bat. 2010. Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. **Journal of Yasar University**. c. 5. s. 20: 3348-3382
- Wang, Hung-chun, Cherly Wei-yu, Chen. 2020. Learning English From Youtubers: English L2 Learners Self-Regulated Language Learning On Youtube. **Innovation in Language Learning And Teaching**. c. 14. s. 4: 333-346.
- Weigel, Daniel J., Sally S., Martin, Kymberley K., Bennett. 2006. Contributions Of The Home Literacy Environment To Preschool-Aged Children's Emerging Literacy and Language Skills. **Early Child Development and Care**. c. 176 s. 3-4: 357-378.
- Yapıcı, Şenay. [14.06.2020]. Çocukta Dil Gelişimi.
<https://www.jhumansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/101/100>.
- Yaşar, M. Can, Neriman, Aral. 2010. Yaratıcı Düşünme Becerilerinde Okul Öncesi Eğitimin Etkisi. **Kuramsal Eğitimbilim Dergisi**. c. 3. s. 2: 201-209.
- Yayla, Oğuz Turan. 2017. Analogtan Dijitale İletişim Teknolojilerinin Gelişimi: Sosyal Medya ve Sosyal Değişim. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yeşilyaprak, Binnur. 2019. **Eğitim Psikolojisi**. Ankara: Pegem Akademi.

Yıldırım, Ayşegül. 2008. Okul Öncesi Eğitim Kurumlarından Yararlanmayan 4-5 Yaş Çocuklarının Dil Gelişimini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Youtube. [18.06.2020]. Social Blade. <https://socialblade.com/youtube/>

Yücel, Seda A., F. İnci, Morgil. 1998. Yüksek Öğretimde Çevre Olgusunun Araştırılması. **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**. s. 14: 84-91.

Zinderen, İbrahim Etem. 2020. Yeni Medyada Kimlik İnşası: YouTuber Kimliğine İlişkin Bir İnceleme. **Erciyes İletişim Dergisi**. c. 7. s. 1: 415-434.

25. Yılımız. [14.06.2020]. <http://internet.org.tr/>

EKLER

Ek. 1. Araştırma İzin Belgesi



T.C.
KİLİS VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 21722023-605.01-E.10563467 13.08.2020
Konu : Nazlıcan TOKSOY' un
Anketİzni

YILDIZ TEKNİKÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
(Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü)

İlgi : 28.07.2020 tarihli ve 2007280479 sayılı yazınız

İlgi yazınız gereği Üniversiteniz Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel Eğitim Anabilim Dalı Okul Öncesi Öğretmenliği Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Nazlıcan TOKSOY'un **"Youtuberların Beş Yaş Çocukların Dil Gelişimleri ve Konuşma Alışkanlıkları üzerindeki Etkisinin İncelenmesi "** konulu tez çalışmasını ilimiz Resmi Anasınıfı ve Bağımsız Anaokullarında eğitim gören beş yaş gurubu çocuklarıyla drama etkinliği, oyun gözlem formu ve yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulayarak ve çocukların ebeveynleriyle günlük kullanarak anket çalışması yapmasının uygun görüldüğüne dair araştırma değerlendirme formu ekte gönderilmiştir.

Gereğini arz ederim.

Mehmet Emin AKKURT

İl Millî Eğitim Müdürü

EK : Form (1 adet)

Adres: Adres: Akpınar Cad.İl Millî Eğt. Binası Kat:1 79100-KİLİS

Elektronik Ağ: kilis.meb.gov.tr

e-posta: istatistik79@meb.gov.tr

Bilgi için:A.SARAÇOĞLU/Şef

Tel:0 (348) 813 28 28

Faks:0 (348) 813 12 64

Ek. 2. Veli Onam Formu

Sayın Veli;

Çocuğunuzun katılacağı bu çalışma ile, "Youtuberların Beş Yaş Çocuklarının Dil Gelişimleri ve Konuşma Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi" amaçlanmaktadır. Araştırma verileri, 01. 04. 2020- 31. 05 2020 tarihleri arasında toplanacaktır.

Araştırmanın Hedefi: Model olarak öğrenmenin yoğun olduğu okul öncesi dönemde, Youtuberların beş yaş grubu çocuklarının dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerindeki etkisinin incelenmesidir.

Araştırma Uygulaması: Görüşme / Drama/ Günlük Uygulaması şeklindedir.

Araştırma T.C. Kilis İl Milli Eğitim Müdürlüğü ve okul yöneticilerinin izni ve onayı izni ile gerçekleştirilmektedir. Araştırma uygulamasına katılım tamamıyla gönüllülük esasına dayalı olmaktadır. Çocuğunuz çalışmaya katılıp katılmamakta özgürdür. Araştırma çocuğunuz için herhangi bir istenmeyen etki ya da risk taşımamaktadır. Çocuğunuzun katılımı **tamamen sizin isteğinize bağlıdır**, reddedebilir ya da herhangi bir aşamasında ayrılabilirsiniz. Araştırmaya katılmamama veya araştırmadan ayrılma durumunda çocukların öğretmenleriyle olan ilişkileri etkilemeyecektir.

Çalışmada çocuklardan kimlik belirleyici hiçbir bilgi istenmemektedir. Cevaplar tamamıyla gizli tutulacak ve sadece araştırmacılar tarafından değerlendirilecektir.

Uygulamalar, genel olarak kişisel rahatsızlık verecek sorular ve durumlar içermemektedir. Anket çalışmasına katılmamak ya da katıldıktan sonra vazgeçmek çocuğunuza hiçbir sorumluluk getirmeyecektir.

Onay vermeden önce sormak istediğiniz herhangi bir konu varsa sormaktan çekinmeyiniz. Çalışma bittikten sonra bizlere telefon veya e-posta ile ulaşarak soru sorabilir, sonuçlar hakkında bilgi isteyebilirsiniz. Saygılarımızla,

Araştırmacı : Nazlıcan TOKSOY

İletişim bilgileri : nazlicantoksoyy@gmail.com

*Velisi bulunduğum sınıfı numaralı öğrencisi
.....'in yukarıda açıklanan araştırmaya katılmasına izin veriyorum.
(Lütfen formu imzaladıktan sonra çocuğunuzla okula geri gönderiniz*).*

.../.../.....

İsim-Soyisim İmza:

Veli Adı-Soyadı :

Telefon Numarası :

Ek. 3. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

**‘YOUTUBERLARIN BEŞ YAŞ ÇOCUKLARININ DİL GELİŞİMLERİ ve
KONUŞMA ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN
İNCELENMESİ’
GÖRÜŞME FORMU**

1. GÖRÜŞME BİLGİSİ	
Çocuğun Yaşı:	Cinsiyeti: (<u> </u>) Kız (<u> </u>) Erkek
Görüşme Ortamı:	
2. GÖRÜŞLER	
2.1.Evde nasıl zaman geçiriyorsun?	
2.2. Telefon / Tablet / Bilgisayarda neler yapıyorsun?	

2.3. Daha önce Youtube' u duydun mu?

2.4. Youtube'da hangi videoları izliyorsun?

2.5. Videoda dikkatini neler çekti?

2.6. Videodaki kişiler neler söylüyordu?



Ek. 4. Drama Etkinlik Planı

KAPLUMBAĞANIN KAMERASI

Etkinlik Türü: Drama (Bireyselleştirilmiş Büyük Grup Etkinliği)

Yaş Grubu: 60-72 Ay

KAZANIM VE GÖSTERGELERİ

Bilişsel Gelişim

Kazanım 1. Nesne/ durum/ olaya dikkatini verir

Göstergeleri: Dikkat edilmesi gereken nesneye odaklanır.

Kazanım 5. Nesne ya da varlığı gözlemler.

Göstergeleri: Nesne/ varlığın adını söyler. Nesne/ varlığın kullanım amaçlarını söyler.

Sosyal Duygusal Gelişim

Kazanım 15. Kendine güvenir.

Göstergeleri: Grup önünde kendini ifade eder.

Dil Gelişimi

Kazanım 5. Dili iletişim amacıyla kullanır.

Göstergeleri: Konuşmayı başlatır, sürdürür, sonlandırır. Konuşmak için sırasını bekler.

ÖĞRENME SÜRECİ

Çocuklar U formu alır. Öğretmen ve çocuklar 'Kaplumbağanın Kamerası' (Ek 1.) isimli drama planını uygular.

MATERYALLER

Kamera maketi

Yağmur sesi

'Kaplumbağanın Kamerası' isimli [hikaye](#)

SÖZCÜKLER

-

KAVRAMLAR

-

DEĞERLENDİRME SORULARI

- Bugün neler yaptık?
- Daha önce kokladığınız en güzel nesne neydi, kokusunu anlatır mısınız?
- Siz yaprağın yerini ve kokusunu başka nasıl anlatırdınız?
- Etkinlikte en çok neyi sevdiniz?
- Neden bu karakteri (fil, zürafa, kaplumbağa, tavşan, yaprak) seçtiniz?

AİLE KATILIMI

-

UYARLAMA

-

'KAPLUMBAĞANIN KAMERASI' DRAMA ETKİNLİK PLANI

Etkinlik Adı:	Kaplumbağanın Kamerası
Süre:	30 Dakika
Yöntem ve Teknik:	Yaratıcı drama, dramatizasyon , doğaçlama.

1. Hazırlık- Isınma:

Çocuklar U formu alır. Öğretmen çocuklara yağmur ormanında bir gezintiye çıkacaklarını söyler. Yağmur sesi açılır ve çocuklar ormanı geziyor gibi hareket ederler. Süreç beş dakika devam eder. Beş dakikanın sonunda öğretmen 'Kaplumbağa Kardeş' şarkısı söyler ve şarkı bittiğinde çocuklar bulundukları yerde otururlar. Öğretmen 'Kaplumbağanın Kamerası' isimli hikayeyi anlatacağını söyler.

2. Canlandırma:

Kaplumbağa'nın Kamerası

Kaplumbağa yağmur ormanında ağaçların yapraklarını koklayarak ilerliyormuş. Birden çok güzel bir koku hissetmiş. Bu koku dünyadaki bütün çiçeklerden, bütün topraklardan, bütün yapraklardan güzelmiş. Kaplumbağa 'Bu koku hangi yapraktan geliyor olabilir?' diye düşünmüş. Kabuğundan çıkardığı başını öne arkaya ve iki yana hareket ettirmiş. Sağına bakmış, soluna bakmış, önüne ve arkasına bakmış ama güzel kokulu yaprağı bulamamış. Biraz daha yürüdüktan sonra arkadaşları zürafa ve fil ile karşılaşmış. 'Güzel kokulu yaprağı arıyorum ama bulamıyorum, bana yardım eder misiniz?' diye sormuş. Zürafa uzun boynu ile yaprağı hemen bulmuş, fil de hortumuyla ile kaplumbağayı güzel kokulu yaprağa ulaştırmış. Üçü de yaprağın kokusunu çok sevmişler. Bu güzel kokuyu diğer arkadaşlarının da bilmesini istemişler. Arkadaşlarını çağırmak için ne yapacaklarını düşünmeye başlamışlar. Yaprığın yerini ve kokusunu anlatabilecekleri bir yöntem düşünmüşler... Zürafa almış eline kalemi, kağıdı başlamış yaprağın olduğu ağacı çizmeye... Fil topraktan ağacın heykelini yapmış. Kaplumbağa da çıkarmış kamerasını başlamış ağacı ve ormanı çekmeye. Kaplumbağa kamerayla zürafanın resmini, filin heykelini ve güzel kokulu yaprağın ağacını çekip, kameraya 'Arkadaşlarım, burada çok güzel kokan bir yaprak var, sizde gelin ve bu güzel yaprağın kokusunu hissedin' demiş. Kaplumbağa kamerayı hızlı tavşana vermiş. Tavşan kamerayı diğer hayvanlara göstermiş. Hepsi güzel kokulu yaprağın yanına gelmiş ve gökyüzünden düşen yağmurlara bakarak kokunun tadını çıkarmışlar.

2.1. Doğaçlama 1: Hikaye Canlanıyor

Öğretmen hikyedeki karakterleri sırasıyla söyler. Çocuklar seçtikleri karakterlere uygun şekilde hikayeyi canlandırırlar.

2.2. Doğaçlama 2:

Öğretmen ocuklara ‘Kaplumbağanın kamerası Şimdi seni çekiyor. Kameraya ne söylemek istersin?’ diye sorar ve maket kamerayı eline alır. Çocuklar sırayla kaplumbağanın kamerası önünde kendini ifade eder.

3. Değerlendirme

- Bugün neler yaptık?
- Daha önce kokladığınız en güzel nesne neydi, kokusunu anlatır mısınız?
- Siz yaprağın yerini ve kokusunu başka nasıl anlatırdınız?
- Etkinlikte en çok neyi sevdiniz?
- Neden bu karakteri (fil, zūrafa, kaplumbaęa, tavşan, yaprak) seçtiniz?
- Hoşunuza giden bir Şey ile karşılaşınca siz hangi hayvanın yaptığını yapardınız?

Ek. 5. Youtube Güncesi

ÇOCUĞUMUN YOUTUBE GÜNCESİ



1.Bugün Kaç Saat Youtube platformunda zaman geçirdi? 1. Gün: 2. Gün: 3. Gün:
2.Bugün Youtube platformunda hangi videoları izledi? 1. Gün: 2. Gün: 3. Gün:
3.Youtuberları izledikten sonra çocuğun her zamankinden farklı olarak kullandığı bir kelime ya da kelime kalıbı oldu mu? Oldu ise lütfen detaylı bir şekilde yazınız. 1. Gün 2. Gün: 3. Gün:

ÖZ GEÇMİŞ

Nazlıcan TOKSOY

Adres: Kilis, TÜRKİYE

İletişim: nazlicantoksoy@gmail.com

KİŞİSEL: 02/06/1995, İstanbul, Türkiye

EĞİTİM:

Yıldız Teknik Üniversitesi

İstanbul, Türkiye

Okul Öncesi Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Programı (2018-2020)

Ortalama: 3.57 /4.00

Adnan Menderes Üniversitesi

Aydın, Türkiye

Okul Öncesi Öğretmenliği (2013-2017)

Ortalama: 3.50 / 4.00

DENEYİM:

MEB, Hacı Mehmet ve Nimet Erman Zeytçioğlu İlkokulu

Kilis, Türkiye

Okul Öncesi Öğretmeni- (Ekim 2018 -halen)

Özel Mavi Ada Anaokulu

İstanbul, Türkiye

Okul Öncesi Öğretmeni- (Ekim 2017- Haziran 2018)

YAYINLAR:

Sapsağlam, Ö., Aydın, D. ve Toksoy, N. (2020). Comparisons Of Childrens Level Of Recall: Stories Told Through E-Book And Picture Book. **Educational Research and Reviews**. 15. 123-128. 10.5897/ERR2020.3934.

Toksoy, N. ve Sapsağlam, Ö. (2019). Okul Öncesi Dönem Çocuklarına Yönelik Çizgi Filmlerin Yaşayan Değerler Eğitimi Programı (LVEP) Açısından İncelenmesi. **6.Uluslararası Okul Öncesi Eğitimi Kongresi Tam Metin Bildiri Kitabı**: 539-548. Kars: Kafkas Üniversitesi.

Toksoy, N. Sapsağlam, Ö. ve Aydın, D. (2019). Okul Öncesi Hikâye Kitaplarında Yer Alan Çocuk Karakterlerin Duygu ve Davranış Özelliklerinin İncelenmesi. **6.Uluslararası Okul Öncesi Eğitimi Kongresi Tam Metin Bildiri Kitabı**: 419-428. Kars: Kafkas Üniversitesi.

PROJELER:

TÜBİTAK 4004 Projesi

İstanbul- Türkiye
Rehber (Nisan 2020 -Halen).

MEB, E-Twinning Projesi
Kilis – Türkiye
Öğretmen- (Kasım 2020- Halen)

YOUTUBE YAYINCILARININ BEŞ YAŞ ÇOCUKLARININ DİL GELİŞİMLERİ VE KONUŞMA ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Okul öncesi eğitim dönemi, dil gelişimi açısından önemli gelişmelerin yaşandığı kritik bir süreçtir. Çocukların dil ve konuşma becerisi kazanmasında bireysel ve çevresel faktörler etkili olmaktadır. Medya, çevresel unsurlardan biri olmakla birlikte, çocuğun dil gelişiminin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Medya ve teknolojinin gelişmesiyle geleneksel medya yapıları, sosyal medya olarak adlandırılan yeni medya yapılarına evrilmiştir. Youtube, çocukların en fazla tanıdıkları sosyal medya platformudur. Model olarak öğrenmenin yoğun olduğu okul öncesi eğitim döneminde; çocukların etkileşim içerisinde oldukları Youtube yayıncıları tarafından kullanılan kelime ve kelime kombinasyonları, çocukların dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları için örnek teşkil etmektedir. Bu sebeple çalışma; Youtube yayıncılarının, beş yaş grubundaki çocukların dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerindeki etkisinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma, nitel araştırma yöntemi üzerine kurgulanmıştır. Youtube yayıncılarının beş yaş çocuklarının dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerine etkisinin derinlemesine incelenmesi amacıyla yapılan araştırma, nitel araştırma desenlerinden durum çalışması deseninde gerçekleştirilmiştir. Amaçlı örnekleme yönteminin ve maksimum örnekleme tekniğinin kullanıldığı araştırmada, Kilis ili, merkez ilçesinde yer alan Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı resmi ana sınıfı ve bağımsız anaokulları, sosyoekonomik düzeylerine göre sınıflandırılmıştır. Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı okul öncesi eğitim kurumlarında eğitim gören; düşük, orta ve yüksek sosyoekonomik düzeyde yer alan toplam 60 çocuk araştırmanın çalışma grubunu oluşturmuştur. Araştırma verileri araştırmacı tarafından toplanmış, veri toplama aracı olarak; yarı yapılandırılmış görüşme formu, Youtube güncesi ve drama etkinlik planı kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma sonucunda, Youtube yayıncılarının, çocukların dil gelişimleri ve konuşma alışkanlıkları üzerinde etkili olduğu, Youtube yayıncıları tarafından kullanılan kelime ve kelime kombinasyonlarının çocuklar tarafından hatırlandığı ve günlük yaşamda kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Okul öncesi dönem, dil gelişimi, konuşma, Youtube, Youtube yayıncısı

INVESTIGATION OF THE EFFECT OF YOUTUBERS ON THE LANGUAGE DEVELOPMENT AND SPEECH HABITS OF CHILDREN IN THE AGE GROUP OF FIVE

Preschool period is a critical period of important developments in language development. Individual and environmental factors are effective in children's language and speaking skills. Media is one of the environmental factors, it influences the child's language development. With the development of media and technology, traditional media structures have evolved into new media structures called social media. Youtube is the social media platform children know the most. In the preschool education period where learning by modeling is intense; The word and word combinations used by the Youtubers with whom children interact are exemplary for children's language development. For this reason, the study was conducted to examine the effects of Youtubers on the language development and speaking habits of children in the age group of five. The research is based on qualitative research method. In order to examine the effects of Youtubers on the language development and speaking habits of five year old children in depth, the research was carried out in a case study design, one of the qualitative research designs. In the study where purposeful sampling method and maximum sampling technique were used, official preschool class and independent preschool affiliated to the Ministry of National Education located in the central district of Kilis province were classified according to their socio-economic levels. In study in pre-school education institutions affiliated with the Ministry of National Education; A total of 60 children belonging to the low, middle and high economic groups constituted the study group of the study. The research data were collected by the researcher and semi-structured interview form, drama activity plan and Youtube diary were used as data collection tools. The data obtained from the drama activity plan, semi-structured interview form and Youtube diary. Content analysis methods were preferred in the analysis of the research data. As a result of the research, it was determined that Youtubers are effective on children's language development and speaking habits and the word and word combinations used by Youtubers are remembered by children and used in their daily lives.

Keywords: Preschool period, language development, speech, Youtube, Youtuber