

**DOI: 10.7596/taksad.v10i2.3079**

**Citation:** Şener, S., & Asil, A. (2021). Dijital Kuşağın Değer Yargılarının Üretim ve Yansımaya Aracı Olarak YouTube Kanalları Üzerine Bir İnceleme. *Journal of History Culture and Art Research*, 10(2), 90-103. doi: <http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v10i2.3079>

## **Dijital Kuşağın Değer Yargılarının Üretim ve Yansımaya Aracı Olarak YouTube Kanalları Üzerine Bir İnceleme**

### **An Examination on Youtube Channels as a Means of Production and Reflection of the Value Judgments of Digital Generation**

**Sami Şener<sup>1</sup>, Aylin Asil<sup>2</sup>**

Due to new technological developments in the world, societies have difficulties in protecting and maintaining their own cultural assets. Values transferred to young individuals through family and education can become significantly ineffective due to the incorrect and excessive use of digital information. Thanks to the opportunity to access all kinds of information and data provided by the Internet, communication and interaction between individuals worldwide has accelerated. It is an undeniable fact that different platforms on the internet have an impact on young individuals having different preferences and priorities than the previous generation. Societies, and especially young individuals, have come under the influence of internet culture because they do not have the necessary knowledge, value judgment and moral understanding due to insufficient and ineffective education and acculturation.

This article examines the values that young people adopt under the influence of YouTube platforms in a world where digital information is rapidly transforming, and analyzes the differences between traditional and modern understandings. In the article, the positive and negative behavior and thought patterns that Youtube platforms contribute to young generations are evaluated, and how the value judgments of young people are reshaped through Youtube channels in line with the answers given by the followers of some selected Youtube channels.

**Keywords:** Youth, YouTube, Value judgments, Social change, Identity, Digital generation, K generation.

<sup>1</sup> Prof. Dr. KTO Karatay Üniversitesi Sosyoloji Bölümü. E-mail: [samis843@gmail.com](mailto:samis843@gmail.com)

<sup>2</sup> Akdeniz Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü. E-mail: [aylinasil07@gmail.com](mailto:aylinasil07@gmail.com)

## Öz

Dünyadaki yeni teknolojik gelişmeler sebebiyle, toplumlar kendi kültürel varlıklarını koruma ve sürdürme noktasında zorlanmaktadır. Aile ve eğitim yoluyla genç bireylere aktarılan değerler, dijital bilginin yanlış ve ölçüsüz kullanımı nedeniyle önemli ölçüde etkisiz hale gelebilmektedir. İnternetin sağlamış olduğu her türlü bilgi ve veriye erişme imkânı sayesinde dünya çapında bireyler arasındaki iletişim ve etkileşim hızlanmıştır. Genç fertlerin, bir önceki nesilden farklı tercih ve önceliklere sahip olmalarında internet ortamında yer alan farklı platformların etkisinin olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Toplumlar ve özellikle de genç bireyler, yetersiz ve etkisiz eğitim ve kültürlenme nedeniyle gerekli bilgi, değer yargısı ve ahlak anlayışına sahip olamadıkları için internet kültürünün etki alanına girmiştir.

Bu makale, dijital bilginin hızla dönüştürdüğü dünyada, gençlerin YouTube platformları etkisiyle hangi değerleri benimsediğini incelemekte ve geleneksel ve modern anlayışlar arasındaki farklılıkları analiz etmektedir. Makalede, Youtube platformlarının genç nesillere kattığı olumlu ve olumsuz davranış ve düşünce kalıpları değerlendirilmiş, seçilen bazı Youtube kanallarının takipçilerinin verdiği cevaplar doğrultusunda gençlerin değer yargılarının Youtube kanalları aracılığıyla nasıl yeniden şekillendiği değerlendirilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Gençlik, YouTube, Değer yargıları, Sosyal değişme, Kimlik, Dijital kuşak, K kuşağı.

## Giriş: Sosyal Hayatta Eğitim ve Bilgilenme

Kültür, kişinin gündelik hayatında sergileyeyeceği davranışların “gerçekleşme” şeklini belirleyen en temel unsur olup zaman ve mekâna göre farklı değerler ile değişebilen canlı bir sistemdir., Ferdin davranış ve düşüncesinin belirli normlar çevresinde düzenlenmesi kültür aracılığıyla gerçekleşir. Kültürün, toplumsal kurumlar aracılığı ile genç fertlere kazandırılması, nesiller arasında kültürel devamlılığın sağlanmasını mümkün kılmaktadır.

Kültürün benimsenmesi, insanın yaşadığı topluma uyum sağlamasında oldukça etkilidir. Ailede kültürün temel değerleri ve bunların davranışlara nasıl aktarılacağı uygulamalı olarak öğretilmekte ve gösterilmektedir. Kültürün sağlıklı ve ciddi bir şekilde öğretilmemesi, çocuk ve gencin, hayatta nasıl hareket edeceğini bilememesine ve çevrede gördüğü olumsuz etkilere bilinçsiz bir şekilde kapılmasına imkân verebilmektedir.

Turhan (1997: 18)'a göre kültür, cemiyet içerisinde bulunan fertlerin ortak olarak paylaştığı maddî, manevî kıymetlerin bütünüdür ve bu mevcut bilgiler insanın hayata bakış açısını, değerlerini, itiyatlarını, eylemlerini kapsamaktadır. Kültürel yapıyı oluşturan ve değişmesinde aktif rol alan sebepler, ferdi ve dolayısıyla toplumu etkilemektedir. Kültürü taşıyan fert, içinde bulunduğu toplumdan öğrendiklerini ihtiyaçlar doğrultusunda değiştirerek, eski ve yeniye sentezlemekte ve bir sonraki nesle aktarmaktadır. (Dönmezer, 1994: 103). Kültür unsurlarında meydana gelen bu değişmeler, toplumsal normlarla uyumlu olursa, toplum tarafından da kabul görmesi kolaylaşmaktadır. Toplumların sahip olduğu değerlerin nesiller arasında aktarılması ve bunun kültür yoluyla fertlere ulaştırılması hususunda eğitim kurumu önemli bir role sahiptir. *“Eğitim, kişinin yaşadığı toplumda yeteneğini, tutumlarını ve olumlu değerlerdeki diğer davranış biçimlerini geliştirdiği süreçler toplamıdır.”* (Tezcan, 1999: 3). Eğitimin toplumdaki işlevi, ferde toplum yararına davranış ve düşünce kazandırmaktır.

Ferdin yaşına, bulunduğu konuma, sahip olduğu zamana göre eğitimin türü çeşitlenmektedir. Örgün eğitim, kişilerin edinmek istediği mesleklere göre özel bilgiler aldığı, okulda verilen eğitimdir. Kişilerin alması gereken eğitimin belirli yaşla ve zamanla sınırlandırıldığı, yasal çerçeve içerisinde düzenlendiği ve kişilerin bilgi birikimi sonucunda akademik dereceye sahip olabildiği eğitim türüdür. Yaygın eğitim, örgün eğitimden yararlanamayan veya edindiği meslekte ileri konuma gelmek isteyen fertlerin aldığı eğitimdir. Belirli bir yaş sınırlaması yoktur. Formal eğitim, belirli zamana ve planlamaya uyularak

sonrasında verilen bilgilerin değerlendirme sürecine alındığı eğitim türüdür ve informal eğitime göre daha kontrollüdür. İnfomal eğitim, en yaygın olan eğitim türüdür. Zira belirli bir plana uymaya gerek kalmadan kişinin hayatında edindiği tecrübeler sonucu elde edilmektedir. Fert, içinde bulunduğu çevre ile iletişim kurarak fark etmeden pek çok yeni bilgiye ulaşabilir. Aile, sokak, internet, iş yeri, kısacası kişinin hayatında bulunduğu bağlantılar ve içine katıldığı grup ve bağlamlara göre çoğalabilmektedir (Demirel ve Ün, 1987; 38).

Kültür ve değerlerin eğitim yoluyla ferde aktarılması plan ve programa bağlı olarak gerçekleşmeyebilir. Nitekim sosyal hayatta var olan ve işlerlik kazanan kültür, kişinin içinde bulunduğu düzene fark etmeden uyum sağlamasına ve bu değerleri benimsemesine imkân verir. Sosyal hayatta eğitim, informal eğitim özelliği taşımaktadır. Kişi içinde bulunduğu durumu değerlendirerek ve beraber olduğu grup üyeleri ile iletişim kurarak farkında olmadan bilgi edinebilir. Bu tür eğitim, çoğunlukla sözel niteliktedir.

Kültür ve eğitim ferdin kişiliğini şekillendiren maddî ve manevî unsurların toplamı olarak ele alınırsa, toplumsal düzenin sağlanması ve devam ettirilmesi adına bu iki ögenin birbirine paralel bir şekilde ilerlemesi son derece önemlidir. Gökalp'e göre eğitim, toplumun bir sonraki nesli topluma kazandırma işlevi barındırmaktadır (Gökalp, 1992: 44). Yetişkinler tarafından bir sonraki neslin sosyal hayata hazırlanması, toplumla bütünleşmiş olan moral ve entelektüel bilgilerin aktarılması ve geliştirilmesidir. Eğitim ve kültür birbiriyle ilişkilidir. Eğitim, toplumun kültürel yapısına göre biçimlenir, kültürel değişimin bir aracı olarak işlev görür. Toplumsal sürecin, teknik ve değerler kültürü paralelinde eğitimi şekillendirdiği ve ferdin bilgilenmesini sağladığı öngörülmektedir (Tezcan, 1999: 74).

Eğitim ferdin sahip olduğu temel haklardan birisidir. Ferdin öğrenme, bilgi edinme hakkı gözetilerek toplumsal ve ruhsal sağlığını, ahlakî esenliğini korumaya yönelik çeşitli eğitim kaynaklarına ulaşma hakkının gözetilmesi gerekmektedir. Çünkü bilgi edinme hakkı, eğitim ve düşünce özgürlüğü ile bağlantılıdır. Bilgilenme, bireyin kendisini ve toplumu tanımasının oluşum sürecidir (Akyüz, 2011: 189). Bilgi edinirken genç bireylerin bilginin doğru kaynağına ulaşması önemlidir.

### **İletişim ve Kültür Kargaşası**

Günümüzde genç bireylerin görsel zenginlik ve eğlenceli etkinlikler sebebiyle internette daha fazla zaman geçirdiğini söylemek mümkündür. Bu nedenle, gerçekleri çarpıtan, ayrıştırıcı ideolojik düşünceleri dayatan bilgilerden uzaklaşarak doğru bilgiye ulaşmak önem arz etmektedir. Gençleri olumsuz etkilerden korumak ve yararlı etkinlikler içerisine dahil etmek, öncelikle aileye ve daha sonra da eğitimcilere sorumluluk yüklemektedir.

Yaşadığımız dönemin kültürel yapısını ortaya koyan kitle iletişim araçları, popüler kültüre hâkim olarak gündelik hayatımıza dahil olmuştur. Gelişen teknolojik yapıların belirlediği kültür, köklü değişimleri teşvik ederek "kitle kültürü"nü oluşmasında rol almıştır. Bir toplumda teknolojik araçların yaygınlaşması, kitle kültürünün egemenlik alanını arttırmaktadır (Korkmaz ve Erdoğan, 1994: 122). Gündelik ihtiyaçlar ve isteklerin karşılanmasında aktif rol alan kitle iletişim araçları, geçmişe kıyasla sosyolojik ve ekonomik gelişmeleri daha hızlı ve düzensiz bir şekilde tetiklemiştir.

Gençliğin kendi kültürel dünyasına sahip çıkamayı, onları yabancı kültür ve fikir akımlarının peşinden sürüklenir hale getirmiştir. Aslında farkına varılması gereken konu budur. Ayrıca, böyle bir durum, gençlerin kendi ihmal ve seçimlerinden kaynaklanmış olmayıp, yetişkinlerin ve yöneticilerin uyguladığı yanlış bir eğitim ve yaşama tercihinin sonucudur.

Dolayısıyla kendi değerleriyle belirlenmiş, yaşanabilir bir kültür üretilmediği müddetçe, gençlerin başka kültür ve dünyalara yönelme ihtiyacı kaçınılmaz bir durumdur. O halde, kültürü yaşanabilir hale getirmek ve onu müzelerde muhafaza edilecek bir nesne gibi görmenin ötesine geçilmesi gerekmektedir (Şener, 2007: 167).

Kitle kültürünün kontrolsüz bir şekilde yaygınlaşması, toplumun sahip olduğu değerlerin aşınmasının önemli sebeplerindendir. Değişen siyasî ve ekonomik toplumsal yapı, kitle kültürünün varlığını sürdürmesine de uygun zemin hazırlamaktadır. Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişle artan

tüketimin ve empoze edilmek istenen popüler kültürün topluma dayatılması, iletişim vasıtaları sayesinde olmaktadır. Kitle kültürü, toplumun tüketim toplumuna dönüştürülmesine ve ferdin zihninde, materyalist veya hedonist etkilerin oluşmasına yol açmaktadır.

Gençliğin sahipsizliği yanında medyanın da sorumsuzluğu ve hangi etkilerin ne tür sonuçlar doğurabileceği anlayışından uzak, faydacı, tüketim mantığı ile yayın yapması; gençlerde beşinci, altıncı sırada yer alması gereken bazı ihtiyaçları ilk sıralara taşımıştır. Gençler; popüler olmayı, iyi giyinmeyi, kız veya erkek arkadaşı ile gün geçirmeyi, basit konuları tartışmayı, müzikle çıldırmayı, argo dil kullanmayı ve gösterişi ön plana almayı hayat felsefesi olarak benimser duruma gelmiştir. Onlar; çoğunlukla ciddi konuları tartışmayan, sorumluluk almayan, verilen görevi küçümseyen, nitelikli zaman geçirmeyen, şahsiyet ve kültür konularına önem vermeyen bir tarzda hayat sürmektedir (Şener, 2017: 169).

Sosyal hayat içerisinde yer alan her fert, çocukluktan ölene kadar popüler kültür anlayışını destekleyen mesajlara ve bilgilere maruz kalmaktadır. Hem maddî hem de manevî birçok değer, bu yolla yıpratılması ve unutturulması söz konusudur. Özellikle değişen tüketim pratiğine daha kolay uyum sağlayacağı düşünülen gençleri hedef alan kitle iletişim araçlarının; din, dil, gelenek, görenek gibi manevî değerleri görmezden gelerek veya değiştirerek sunması, bu değerlerin yitirilmesine yol açmaktadır.

Gençler tarafından öğrenilen bilgilerin gündelik hayatta taklit edilmesi, sunulan ürünlerin yaygınlaşması ve popülerleşmesi kitle iletişim araçlarının etkisiyle sağlanmaktadır. Kültürel metalar, ikincil metinler ve oluşturulan “fenomenler”in taklit edilmesi; hem kitle kültürünün ürünlerine pazar sağlamakta, hem de tüketiciler tarafından tecrübe edilmesine imkân tanınarak var olan değerlerin yenisi ile değiştirilmesine imkân vermektedir.

Türkiye’de toplumsal ve kültürel dinamiklere bakılırsa, Batı’yı taklit eden ve özenen bir kesim olduğu görülebilir. Bu farklılaşmanın; kullanılan bilginin özünden sosyal değerlerin uzaklaştırılması ve dilin kavram ve kelime açısından yozlaştırılması ile yapıldığına dair örnekler bulunmaktadır. Yerellik anlayışı ile küreselleşmeye entegre olma isteği çatışmaktadır.

Söz konusu eksikliklerle sıkça karşılaşılan YouTube platformunda, Türk gençlerin İngilizce isimler kullanarak kanal açma çabasında olduğu, içerik oluştururken millî ve ahlakî değerlerden yoksun tutumlara yöneldiği, yabancı kanalların taklidini kendi değerlerini gözetmeden yaptığı görülmektedir. Ayrıca kullanılan dilin içerisine serpiştirilen yabancı terimler, farklı olma isteği ile kullanılsa da bir dilin kendi kültürü ile anlam bulduğu unutulmamalıdır (Topçuoğlu, 1996: 200).

İletişim araçlarının yol açtığı kültür karmaşasının toplumsal kimliğe uygun bir şekilde yönetilerek, sağlıklı bir toplum bilinci ve kültür yapısının oluşturulması; Türkiye’deki genç insanların donanımı açısından oldukça önemlidir.

### **Değişen Değerler ve Hayatın Yeni Anlamı**

Değerler, insan psikolojisini ve eylemlerini etkileyen bir olgudur. Değerlerin gruplar ve kişiler başta olmak üzere öğretilmemesi veya unutulması, değerler değişimine kapı aralamaktadır. Bu durum sık sık toplumsal anlamda çatışmalara ve fikrî yozlaşmalarına sebep olmaktadır.

Dijital nesil olarak bilinen K kuşağının, nesil olarak taşıdığı karakteristik özelliklerin oluşmasında teknolojik ilerlemenin önemi büyüktür. Türkiye’de son yıllarda üzerinde çalışmalar yapılan K neslini diğer nesillerden ayıran sebeplerin başında üretici olma potansiyeli bulunmaktadır (Kaya, 2020: 44). Kaya büyük ihtimalle, teknolojinin kuralsız ve ölçsüz gelişimine vurgu yapmaktadır. Dünyanın varoluşunu sorgulayan, gelecek hakkında kaygılar taşıyan K neslinin yönlendirmelere açık olması, medya üzerinden bilginin kaynağına ulaşmadan; var olan (oluşturulan) fenomenler üzerinden değerlendirmeler yapmasına sebep olmaktadır. Özellikle, olayları sadece akıl ve önlerine konulan batı kaynaklı bilgiler ile değerlendirmeye çalışan bu kesimin, herhangi bir değer ve hedef olmaksızın kendine ait bir gerçeği anlayabilme imkânı bulunmamaktadır.

Gençlerin kısa zamanda çok büyük maddi kazançlar sağlamak için YouTube’da sürekli çevrimiçi ve üretici konumda olmak istedikleri görülmektedir. Yeni tüketicilerin kazandırılması için YouTube kanalında üretici konumda yer almakta, aynı zamanda kullanıcı olarak başkalarını tüketime yönlendirmektedirler. Bu sektör, gençlerin kendilerini kapitalist düzenin sınırları içinde sıkışmış hissetmemesi için “mola istasyonları” kurmaktadır. Bu istasyonların toplumsal düzenin devamlılığını ve sürekliliğini sağlayan normları hedef alarak tahrip ettiği görülmektedir. Çeşitli tekniklerle etkisiz hale getirilen değerlerin, gençler üzerinde yönlendirici olmak yerine, olumsuz şekilde algılanması; iki yüzlü bir plan olarak ortaya çıkmaktadır.

Sunî değerler olarak ifade edilen yeni değerler, aile ile iletişimin bozulmasına, teknolojik aletlerle saatler geçirmenin normalleşmesine, israfın cömertlik olarak tanımlanmasına yol açmaktadır. Oluşturulan sunî değerlerin, daha modern görünmenin bir yolu olarak YouTube kanallarında yer alması, gençlerde psikolojik ve fizikî problemlerin görülmesine sebep olurken, toplumun anomik bir ortama sürüklenmesine de ortam hazırlamaktadır. Bu problemler şu şekilde sıralanabilir: Ailevi ve kişisel harcamaları artabilir, asosyallik ve teknolojik yalnızlaşma (yani sosyal medyada pek çok arkadaşı bulunmasına rağmen gerçek hayatta onların yüzünü dahi görmemiş olması) görülebilir, güven duygusu azalabilir, eklem rahatsızlıkları, göz ve duruş bozuklukları, bel ve sırt ağrıları gibi fiziksel rahatsızlıklar ortaya çıkabilir. Bunlara ilaveten; hostilite (düşmanca davranış), paranoya, fobiler, duygu durum bozuklukları, sosyal içe çekilme gibi pek çok ruhi problemin kaynağı olabilir.

### **Gençlerin Değer Merkezli Eğitilme İhtiyacı**

Eski değerlerin tamamen kaybolmadığı, ancak yeni değerlerin de tam olarak kabul görmediği kişilerde kafa karışıklığı yaşanmaktadır. “Anomik” dönem olarak adlandırılabilir bu gri dönemden kurtulmanın yolu, eski değerlerin yeni düzende gerekçeleriyle birlikte tekrar gözden geçirilmesidir.

Sanayileşme ile beraber ferdileşmenin de modern hayata adapte olmak için gerekli görülen bir konu olduğu görülmektedir. Güçlü bir bireysellik ile, kişinin tek başına değerli olduğu düşüncesi empoze edilmektedir (Beck, 193). Her bir fert, kapitalist ruha uygun olarak yetiştirilip kitle piyasasına katılması sağlanarak toplu tüketimin sürekliliği hedeflenmektedir. Ferdilik, “kişinin kutsanması” düşüncesi çerçevesinde, sistem çarkına dişli olarak kazandırılmak istenen insanların, her zaman ileri bir yaşam düzenine sahip olmadığı bilinse de kişinin bakış açısını etkileyen bu sosyal dönüşümlerin neyi değerli olarak adlandırıp adlandıramayacağı üzerinde yönlendirici etkisi sağlanmaktadır.

Osmanlı’nın son dönemlerinde sosyal yönde değişikliklerin toplumsal yapıda dönüşümlere sebep olduğu görülmüştür. Ahlak, an’ane, inanç gibi temel değerlerin bozulmasına yol açan düzensizlikler, yeni toplumsal hareketlerin ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Modernliğe uyum sağlamak için fertler değer alanından uzaklaşarak, popüler kültürün dayatmış olduğu hayat biçimlerini taklit etmeye yönelmiştir.

Toplumsal çözülmenin ilk başlangıcı, değerlere olan ilginin ve duyarlılığın azalması ile kendini göstermektedir. Aslında bu nokta son derece hassastır. Çözülme, çok kuvvetli bir değer irkilmesi ve uyanması fark edilmediğinde hızlanır ve olumsuz noktaya doğru gidebilir. Takibi ve kontrolü son derece zordur. Çaresi, çözülmeye yol açan inanç ve kanaatlerin tamiri ve yeniden inşasıdır. Aslında bu tür sosyal operasyonlar ile medeniyetimizin geçmiş dönemlerdeki yozlaşmalara çare bulunmuş; gönül ve ahlak önderlerinin desteğiyle, toplumsal sıkıntı ve bunalımlar büyümeden önlenmiştir. Önemli olan, problemin zamanında tespit edilmesi ve en uygun çözüm metodunun uygulanabilmesidir (Şener, 110).

Y ve Z kuşağı gençlerinin dijital çağda yaşaması, onları internet üzerinden pek çok ihtiyacı giderebilme düşüncesine götürmüştür. Alışveriş yapmak ve her türlü bilgiye bu kanalla ulaşmak kolaylaşmıştır. İnternet, sınırları muğlak olan fakat gerçeklik sunan bir kültürü önümüze çıkarmaktadır. Bu kültürün kanalize ettiği dijital ortam, genç fertlere faydalı içerikler kadar ahlakî kaygıdan uzak, şiddet ve korku içeren, mahrem içerikleri de özendirici bir şekilde sunmaktadır. Toplumun genç kesimini hedef alarak sosyal şartlanmaya yönelen bu durum, özgün değerlerin kaybolmasına sebep olmaktadır. Bu düzeni kurarken fertlerin sahip olduğu veya edinme sürecinde olduğu değerler ile yeni değerlerin farklı olması,

fertlerin değer anlayışında kargaşa yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu durum, ferdin “başka toplum ve kültürleri, kendi benliğinde yaşamasına” (Şener, 2013: 198) yol açmaktadır.

Değer, kişinin benlik oluşumunda ve düzenli hayat yaşamasında etkili bir rol üstlenmektedir. Değerlerin önemi, toplumlar üzerinden kazanç elde etmek isteyenlerin menfaatleri ile ters düşmektedir. Toplumda tüketimin sadece ihtiyaçlar üzerinden değil, statü ve güç olarak görüldüğü bir değer algısı yerleştirilmektedir (Baudrillard, 2015: 95). Sun’i istek ve ihtiyaçların oluşturulmasında, ferdin değerler algısının dönüşüme girmesi; rant sağlamak isteyenler adına odak noktası olarak belirlenmektedir.

Gençlerin dijital dünyaya yönelmesi, aile içi ilişkilerde kendilerine yeterince ilgi gösterilmemesinden ve karşılaştığı problemleri çözebilecek bir destek bulamamasından kaynaklanabilir. Bu durum, gençleri yeni arayışlara yöneltmekte ve gerekli-gereksiz, faydalı-faydasız demeden bazı yollara sevk etmektedir.

Bu konuda, önünde hazır bulduğu tek ve ulaşılabilir kapı, dijital dünya olmaktadır. Halbuki dijital dünya, çok farklı kültür ve ahlak anlayışlarının yer aldığı, kontrolsüz ve sistem dışı bilgilerin bulunduğu, ölçsüz düşünce ve davranışlara da imkân veren bir kargaşa ortamıdır. Bu yüzden aile; çocuk ve gençlere, kendi kültür ve sosyal dünyasından değerli ve gerekli bilgileri en güzel ve nitelikli bir şekilde vererek, gençleri bu tehlikeden kurtarabilecek tek kurumdur.

### **YouTube ve Değerler Üzerindeki Etkisi**

YouTube, kişilerin çektiği videoları içeren bir paylaşım ağı veya oluşan çevrimiçi dijital dünya olarak tanımlanabilmektedir. YouTube, basit kullanım şartları ve her iletişim aracı ile uyumlu olması sayesinde insanların hayatlarına dahil olmuştur. Kişiler, diğer kişilerle gündelik videolar paylaşabilir veya “vlogger” olarak paylaşılan videolar üzerinden kariyer yapmaya imkân tanır. Aktif içerik üretilmesini destekleyen bir çalışma sistemi bulunmaktadır. Hayatın görünür hale gelmesi, tv programlarından sonra YouTube platformu ile üst seviyeye taşınmıştır. (Sekmen, 2019: 3568). Hem amatör hem de profesyonel çekimlerin bulunduğu sanal ortamda YouTube kullanıcılarının kitle kültürüne aktif olarak katılımını sağlama konusunda, izlemek istedikleri videolara eklenen reklamlar kullanılmaktadır. Etkileşimi sağlamak için videoların altında yorumlar paylaşılabilir olması ve beğenme veya beğenmeme tuşunun olması, kişilerin video izlerken pasif olmasını engellemektedir. Birbiri ile bağlantılı videolar sunularak, kişinin isteğine uygun içerikler izlemesine imkân tanınmaktadır. Videoyu paylaşan kişiye, reklamlardan elde edilen gelirden belirli bir pay aktarılmakta, böylece kişinin içerik üretmesi bir şekilde desteklenmektedir. Reklam içeriğinden videoda bahsedilmesi, video sahibinin ürünü kullandıktan sonra fikirlerini paylaşması, kendine özgür seçimler yapıyor imajı vermektedir. Böylece yönlendirmelere maruz kaldığı gizlenmektedir.

YouTube eğlence amaçlı içeriklerin üretildiği bir platform olarak görülse de ticarî bir yapıya evrilererek daha fazla istek uyandırmayı başarmıştır. Kişisel verilerin saklanması, “daha iyi hizmet verme” ifadesiyle kişilerden veri toplaması, YouTube’a katılmadan önce kişiye şu şekilde açıklanmaktadır: *“Kullandığınız dil gibi temel konulardan, en fazla işinize yarayacak reklamlar, internette sizin için en önemli kişiler veya hangi YouTube videolarını beğenebileceğiniz gibi karmaşık konulara kadar her tür bilgiyi, tüm kullanıcılarımıza daha iyi hizmetler sunmak amacıyla topluyoruz. Google’ın topladığı bilgiler ve bu bilgilerin nasıl kullanıldığı, hizmetlerimizi kullanma ve gizlilik kontrollerinizi yönetme biçiminize bağlıdır. Bir Google Hesabı’nda oturum açmadığınızda, kullandığınız tarayıcıya, uygulamaya veya cihaza bağlı benzersiz tanımlayıcılar ile topladığımız bilgileri depolarız.”*<sup>3</sup>

YouTube şahsi verilerden faydalanarak ihtiyacı olanları, reklamlarda izlediği içerikleri karşısına çıkartarak tüketime yönlendirmektedir. Kişisel tüketim ihtiyaçlarına yönelik reklamların yayınlanması, Turner’ın ifadesi ile kitle izleyicisinin yerini, izleyicilerin aldığını göstermektedir (Dijck, 2016: 84). Medyanın tüketim ideolojisi, sosyal açıdan parçalanmış ve farklı mecralardan gelen kişilere dayatılmaya başlanmıştır.

<sup>3</sup> <https://policies.google.com/privacy?hl=tr#infocollect:sonerişimtarihi:10.01.2021>

Modernleşme, seküler anlayış, geleneksellikten kopma ve modern hayata uyum sağlama adına, Batı ülkelerinde yaşayan insanları taklit etme ihtiyacı; toplumların değer algısının yeniden fakat sunî olarak şekillenmesinde etkili olan sebeplerdir. Ferdin biricik ve özgün olması gerekliliği düşüncesi, Sanayi Devrimi sonrasında kapitalist üretim biçimlerinin yaygınlaşmasıyla başlamış, günümüzde de devam etmektedir. Kendi hayatını yaşama ihtiyacı ile başkalarını umursamaz davranışın getirdiği gündelik hayat tarzı, toplumda giderek yaygın bir anlayış olarak kabullenilmiş ve kolektif bir eğilime dönüşmüştür. Kişilerin din, aile gibi kurumlar ile arasındaki bağın kopmasında etkili olmuş, kamusal faydanın zayıflamasını sağlamıştır.

Çalışmanın ele aldığı YouTube platformu üzerinden örnek vermek gerekirse, popüler söylem olarak yükseltelen bireysellik; insanların “çevrimiçi” arkadaşlar edinmesine, yakın ve “gerçek” olan kişilerden bağını koparmasına sebep olmaktadır.

Giderek yalnızlaşan ferdin, tamamen şahsi başarıları hedef almasını, kendisini ilgilendirmeyen olaylara kayıtsız kalmasını veya korkmasını telkin eden düşünüşün meydana getireceği sonuç, sosyal dünyasından kopuk olan gençlerin oluşmasıyla duyarlı olmayan, pragmatik davranan ve şahsi başarı odaklı güdülenen gençlerin “narsist ve makyavelist eğilime” (Ünal, 2019: 341) sahip olmasına yol açacağı öngörülmektedir.

### **YouTube’deki Bazı Kanallardan Örnekler**

**Duygu Özarslan** isimli bir YouTube kanalında makyaj, giyinme, spor vb. konularda bilgi verilmektedir. Araştırmanın yapıldığı tarihte Kanal, 1,4 milyon takipçi sayısına ulaşarak akıl almaz bir izleyiciye sahip olmuştur. Sıradan bir video kanalı olarak değerlendirilebilecek bir kanalın bu derece inanılmaz bir sayıya ulaşması, toplumsal değerlerin ve ilginin, genç insanlarımızda ne kadar sıradan ve geçici hale geldiğini göstermektedir.

**Prences Lina** isimli bir YouTube kanalında, küçük bir çocuğun, annesinden gizli olarak kendisini güzelleştirmek için makyaj yapması ve bunu hayatının en önemli olayı gibi sunduğu gözlemlenmiştir. Küçük bir yaşta, kendini güzelleştirme hedefiyle çabalarını yanlış ve gereksiz bir yöne yöneltmeye çalışması, bazıları için enteresan görünebilir. Fakat, çocuğun gelişmesini yanlış yönde etkilemesi açısından, bu tür yönelişlerin dengesiz tutumlara yol açabileceği öngörülebilir.

Özellikle, bu kanalın; sadece bu küçük kız tarafından oluşturulmadığı ve arkasında tüketici bir firma veya grubun olma ihtimali de kuvvetli bir seçenek olarak bulunmaktadır. Kanalın isminin yabancı bir isimden ve özellikle Batılı çocuk hikayelerindeki kız çocuklarının ilgisini çeken “Prences” ismiyle sunulması da ayrı bir pazarlama mantığını ortaya koymaktadır. Bu kanalın izleyici sayısının 1,9 milyon civarında olması inanılmaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

**Gözde Sezer** isimli bir başka YouTube kanalı, bir kızın sevgiliyle birlikte aynı evde yaşamak konusunda, kendince mantıklı bir gerekçe oluşturarak aynı evde evlenmeden kalmanın tutarlı yönlerini açıklamaktadır. Yaklaşık 20’li yaşlarda görünen bu genç kız, hayatın gerçeklerini bilemeyecek kadar genç ve tecrübesiz olmasına bakmaksızın, insanlara “sevgilileriyle bir arada yaşama” tavsiyesinde bulunmaktadır. Bu kanalın takipçi sayısı 236 bin kişi civarındadır.

Bu genç kadının, hangi kaygı ve düşünceler ile kendisini gündeme getirdiğini anlamak zor değildir: Meşhur olmak ve ilgi çekmek. Aslında, gençlerin gelişim dönemlerinin en önemli özelliği olan ilgi çekmek arzusu, sosyal medyanın keşfettiği önemli bir “psikolojik boşluk” olarak dile getirilebilir. Gençler de kendilerine sunulan bu imkânı fazlasıyla değerlendirmeye çalışmaktadır.

**Twinch Blinders** isimli bir başka YouTube kanalı, diğerleri gibi, insanların temel ihtiyaçları ile ilgili olmayan ve sıradan bilgi, merak, şaka ve eğlence ile zaman geçirmeye çalışmakta, çoğunlukla gençler tarafından takip edilmektedir.

Fakat dikkat çeken konu, bu gençlerin şaka yaparken ve kendilerini eğlendirirken, İslam dininin önemli değerlerinden “ezan” ile dalga geçmeleri, bunun yanında ahlak dışı ifadeler ce argo bir dil kullanarak popüler görünmeye çalışmalarıdır.

**Hristiyan Bilgi** isimli YouTube kanalı, adından da anlaşılacağı üzere, büyük bir ihtimalle Hristiyan dinine taraftar kazandırmak için kurulmuştur. Kanalda, kişilerin nasıl Hristiyan olduğu anlatılmaktadır. Bu arada, Hristiyan inancının özellikleri ve bu inanca yönelik cezbedici bilgi ve görseller kullanılarak, din değiştirmeyi düşünenlere yol gösterilmektedir. Bu kanalın takipçileri 4.049 kişidir. Bu durum, Müslüman bir toplumdaki gençlerin, eğitim ve medya kuruluşlarının da etkisiyle, kendi dinleri ile ilgili bilgi sahibi olmadıkları halde, nasıl bir başka dine ilgi gösterdikleri sorusunu gündeme getirmektedir.

Bütün bu bilgiler, gençlerin serbest zamanlarını nitelikli çalışma ile geçiremediğini ve bir anlamda “sahipsiz” veya boşlukta kaldıklarını gösteriyor. Bu durum, onların kendi eksiklikleri veya suçları değildir. Zira toplum olarak, onların arayışlarını ve beklentilerini değerlendiremeyen ve bu tür ihtiyaçların önemini göremeyen “politika eksikliği”nden kaynaklanmaktadır.

### **YouTube Video Kanallarını Değerlendirme**

Bu çalışmada, beş YouTube kanalı üzerinde yapılmış ve her kanalı izleyen on kişilik grupla görüşme gerçekleştirilerek YouTube kanallarının izlenme sebebi ve takipçilerin kanalı izleyerek neler kazandığı ve kendilerinde ne tür değişikliklerin olduğu araştırılmıştır.

#### **Duygu Özarslan Kanalı**

Duygu Özarslan kanalını, erkek ve kadınlar eşit oranda takip etmektedir. Takipçilerin yaş aralığı 20-24 olarak ölçülmüştür. Eğitim seviyesi %80 lisans, %20 lisansüstü şeklinde belirtilmiştir. Kanalı takip edenlerin %70'i öğrenci olduğunu ifade ederken %30'u değişik meslek gruplarındandır. %50'si Antalya, %20'si İzmir, %30'u ise diğer şehirlerde ikamet etmektedir. Kanal takipçilerinin %70'i ailesiyle, %20'si arkadaşlarıyla, %10'u ise tek başına yaşadığını ifade etmiştir. Takipçilerin %80'i kanalının olmadığını, %10'u kanalının olduğunu, %10'u da kanal kurmayı düşündüğünü aktarmıştır. %30'u YouTube, %20'si instagramdan kanalı takip ederken; %20'si arkadaş tavsiyesiyle, %20'si sosyal medya yoluyla, %10'u da makyaj yapmayı öğrenmek için kanala üye olduğunu beyan etmiştir. %20'si keyifli vakit geçirmek için, %20'si hayat tarzını düzenlemek amacıyla kanalı izlediğini belirtirken, kalan %60'lık grup ise merakından dolayı, ilgi çekmek için, izleyip rahatlamak düşüncesiyle ya da programı sunan kişinin konuşma tarzını beğenmesi sebebiyle takip ettiğini vurgulamıştır. Takipçilerin %50'si yeni videolar yüklendikçe, %30'u makyaj yapması gerektiğinde, %20'si de her hafta düzenli olarak, görüntüleri izlediğini söylemiştir.

#### **- Kanalı izlemenin takipçilerde neler hissettirdiği konusunda şu cevaplar alınmıştır:**

% 40 aynı yaştaki kişilere özenip onları kıskanıyorum

% 20 istediğini serbestçe yapan kadınlara özeniyorum

% 40 modadaki gelişmeleri takip etmek istiyorum, sıkıntımı gidermek istiyorum, kendime yeterli düzeyde bakamadığımı düşünüyorum

#### **- Kanalı izledikten sonra hayatınızda nasıl bir değişim oldu sorusuna şu cevaplar alınmıştır:**

% 20 hayatımı etkiledi

% 20 hayatımı etkilemedi

% 20 böyle renkli bir hayatı yaşayıp eğlenmek istiyorum

% 40 tek başına eve çıkarak erkek arkadaşlarımla eğlenmek istiyorum, modadan kopmayı, eğlenceli bir hayat yaşamak istiyorum, bende yeni bir kanal açma isteği uyandırıyor.

### **Değerlendirme**

Kanal; takipçilerini, kendilerini beğendirme, çekici olma ve bu haliyle serbest bir hayat yaşama noktasında yönlendirmektedir. Genç insanları keyiflendirmek, başkalarına özendirmek gibi etkileri söz konusudur. Kanal, takipçilerine toplumsal normlara aykırı bir hayat tarzı sunmaktadır. Bu arada, başkalarında ortaya çıkan bazı serbest istek ve kural dışı yaşama tutumları; izleyenleri kıskandırmış ve kendilerinde neden böyle bir imkân bulunmadığı noktasında hayal kırıklığına da yol açmıştır.



Kanal, kişinin bedenî güzelliğe odaklanması konusu üzerinde durmakta ve kişilere dış güzelliği önceleyici bir anlayışı empoze etmektedir. Genç insanların, hiçbir sosyal veya ahlakî kural tanımadan istediği gibi yaşaması gerektiği fikri yaygınlaştırılmaya çalışılmaktadır. Kanalda sunulmaya çalışılan serbestlik ve rahatlık, bazı izleyicileri kendilerinin sahip olamadığı özgürlük konusunda komplekse düşürmüştür. Bazıları ise, maddi imkanlarının yetersizliği sebebiyle, lüks ve gösterişli bir hayatı neden yaşayamadığı konusunda özentî içinde olduklarını ve kanalı izleyerek tatmin olmaya çalıştığını belirtmiştir. Bir anlamda kanal, “sanal bir tatmin” görevi üstlenmiş olarak görülmektedir.

### **Gözde Özarslan Kanalı**

Gözde Özarslan kanalını 20-25 yaş arası gençler takip etmektedir. Takipçilerin %80’i kadın, %20’si erkektir. %90’ı lisans, %10’u ise yüksek lisans öğrencisidir. İzleyenlerin tamamı bekardır. %50’si Antalya, %40’ı İstanbul, %10’u da diğer şehirlerde ikamet etmektedir. %50’si tek başına, %40’ı arkadaşlarıyla, %10’u ise ailesiyle birlikte yaşamaktadır. %80’i müzik, eğlence ve yeni şeyler görmek amacıyla %20’si de makyaj yapmayı öğrenmek için bu kanalı kullanmaktadır. Kanala üye olanların %90’ı sosyal medyada görerek, %10’u ise arkadaş tavsiyesiyle kanalı izlemeye karar vermiştir.

#### **- Kanalı neden takip ediyorsunuz sorusuna şu cevaplar verilmiştir:**

- %20 başkalarının çekindiği konulardan rahatlıkla bahsettiği için
- %20 programı yapan kişinin kendine has hayat tarzı olduğu için
- %10 bana benzediği için
- %10 aykırı tutumları olduğu için
- %10 beğenmiyorum

#### **- Kanalı hangi sıklıkla takip ediyorsunuz sorusuna verilen cevaplar ise şunlardır:**

- %70 yeni videolar yüklendikçe
- %20 iki haftada bir
- %10 haftada bir

#### **- Kanaldan ne ölçüde etkilendiniz sorusuna ise şu şekilde cevap verilmiştir:**

- %40 başkalarının ne dediği önemli değil, kendi isteklerim önemli
- %20 daha geniş düşüncelere ulaşma
- %10 ayıplanacak eylemleri normal gösterme
- %10 ayrı eve çıkıp erkek arkadaşımın hayat sürme
- %10 herhangi bir etkisi olmadı
- %10 işimi kurmak için ayrı eve çıkmamı sağladı

### **Değerlendirme**

Gözde Özarslan kanalını izleyen gençler, daha çok makyaj yapma konusunda yeni bilgiler aldıklarını ve kanalın toplumda yerleşmiş bazı kurallara “cesurca” karşı çıkmasından etkilendiklerini belirtmiştir. Kanalı izlemek, katılımcılarda kendileri için bir kanal açma isteği uyandırmıştır. Bazı kişiler, Gözde’de, kendilerine benzer bir yön bulmuşlardır. Daha hür ve hatta bazı cinsel ve eğlence isteklerine, kanaldan örnek tutumlar bulduklarını belirtmektedirler. Kanalı izleyen bayanlarda, evlilik dışı cinsî ilişkilere yönelik istek hakimdir.

Kanalı izleyenlerin çoğunluğu öğrenci ve kadındır. Kadınların çevreye daha güzel görünme arzusu, bu kanalı popüler hale getirmiş görünmektedir. Fakat kanalda dinî ve ahlakî kuralları saçma görme, modern bir kadın anlayışına ulaşma, evlilik dışı hayat yaşama, cinselliği ön plana çıkarma gibi dinî, ahlakî ve sosyal anlayışa aykırı eğilimler normalmiş gibi gösterilmeye çalışılmıştır. İnsanı; cinsel istekler çerçevesinde bir hayata özendirme tutumu, kanalın hedeflediği yaşama felsefesidir. Kanal, aileyi gereksiz bir kurum olarak göstermeye çalışmakta, toplumsal hayat açısından tehlikeli ve yanlış bir anlayış ortaya koymaktadır.

## **Prenses Lina Kanalı**

Kanalı 21-25 yaş arası gençler izlemektedir. Takipçilerin %60'ı kadınlar, %40'ı erkeklerden oluşmaktadır. Kanalı izleyenlerin %50'si lise, %50'si lisans eğitimi gören kişilerdir ve tamamı evlidir. %40'ı ev hanımı, %20'si avukat, %20'si memur ve %10'u işletme sahibidir. İzleyenlerin %50'si Antalya, %30'u İstanbul, %10'u Edirne ve %10'u Şırnak'ta yaşamaktadır. %30'u yemek tarifi almak, %30'u eğlenceli vakit geçirmek, %20'si müzik dinlemek ve %20'si de bilgilenme amacıyla kanalı izlediğini belirtmiştir. İzleyicilerin %50'sinin kendine ait YouTube kanalı bulunmamaktadır. %20'lik grup yemek tarifini paylaştığını söylemektedir. %10'u kanalda yayınlananları komik bulmakta, %10'u ise kanal açmayı düşünmektedir. Takipçilerin %30'u eşinin, %20'si arkadaşlarının tavsiyesiyle kanalı izlemeye başlamış, %50'si ise sosyal medyadan öğrenmiştir.

### **- İzleyiciler kanalı takip etme sebeplerini ise şöyle açıklamıştır:**

%30 çocuğuna rehberlik yapmak ve çağın yeniliklerini öğrenmek

%20 çocuğa yönelik içerikler üretmek

%20 çocukların ne yaptığını merak ettiği

%20 çocukla iletişimlerini geliştirmek

%10 çocuğu büyütme konusunda programdan etkilendiğinden

### **- Videoların izleyicilere neler kazandırdığı ile ilgili soruya ise şu cevaplar verilmiştir:**

%30 yeni yerler gezmek ve tanımak isteği

%20 çocuğuna iyi anne olabilme, çocuklarına daha iyi imkân ve hediyeler alabilme isteği

%10 iyi bir baba olabilme arzusu

%10 modern bir aile olma isteği

%10 pahalı oyuncak ve eşya almaya imkânı olmadığından, izleyerek mutlu olma isteği

### **- Kanalı izledikten sonra yapmak istediklerinizde nasıl farklılıklar oldu sorusuna şu cevaplar verilmiştir:**

%10 çocuğu iyi bir okula yazdırma isteği

%10 geziler yapıp yeni yerler görme arzusu

%30 çocuğun hayallerini geliştirmek için iyi imkanlar sağlamak

%20 çocuğun hayat tarzını değiştirmek

%20 hiçbir konuda etkilemedi

## **Değerlendirme**

Kanalı genç anne ve babalar izlemektedir. Programdan çocuklarını daha iyi yetiştirme ve eğitme gibi faydalar elde ettiklerini söylemektedirler. Fakat bu konular daha çok, çocuklarını modern bir tarzda yetiştirmek ve daha iyi oyuncak ve eşya sağlayıp, onları memnun etmek gibi hususlarda toplanmaktadır. Kanalın izlenmesi konusunda, eşlerin birbirini yönlendirdiği de ortaya çıkmaktadır. %20'lik bir grup kanaldan beklediğini elde edemediğini belirtmiştir.

Kanalda küçük bir sunucunun, aşırı ve yaşına uygun olmayan tutum, tavır ve konulara yönelmesi normal gösterilmeye çalışılmıştır. Anne ve babaların, çocuk yaşta birinin sunduğu bir videodan nasıl bir hayat tecrübesi, annelik veya babalık bilgisi aldıkları da tam anlaşılammamaktadır. Özellikle sunucunun; çocuk yaşta, kendisinin dahi anlamasının güç olduğu konularda büyük laflar etmesi ve yaş çok küçük olduğu halde makyaj yapmak istemesi, cinsel ve mahremiyetle ilgili konulara temas etmiş olması oldukça garip ve şaşırtıcı bir durumdur. Bir çocuğun bu tür konuları ele alması, aslında bu düşünce ve anlayışın perde arkasında, başka etki odaklarının mesajlarını iletebileceği düşüncesini akla getirmektedir.

## **Twc Blinders**

Bu kanalı tamamen erkekler izlemektedir. İzleyenler 19-24 yaş arasındadır. Eğitim durumu, lisans seviyesindedir. Meslekî açıdan tamamının öğrenci olması dikkat çekmektedir. Aynı şekilde izleyicilerin hepsi bekarıdır. İzleyicilerin %30'u Antalya'da, %30'u Mersin'de, %20'si Gaziantep'te, %10'u Çorum'da,

%10'u Ankara'da ikamet ederken; %70'i ailesiyle, %30'u da arkadaşlarıyla birlikte yaşamaktadır. %30'u egzersiz videolarını izlemek, %20'si klip izlemek ve müzik dinlemek, %10'u bilmediği konularda bilgi edinmek, %10'u komik içerikler görmek, %10'u her şeyi arkada bırakmak ve unutmak, %10'u da boş zamanını değerlendirmek için kanalı takip ettiğini belirtmiştir.

İzleyicilerin %90'ı YouTube kanallarının olmadığını dile getirmiş, %10'u ise kanal açma isteğine sahip olduğunu vurgulamıştır. %80'i sosyal medyada görerek %20'si ise arkadaşlarının tavsiyesi ile kanala üye olduğunu söylemiştir.

**- Kanalı takip etme sebebi olarak aşağıdaki hususlar dile getirilmiştir:**

- %20 kanalı yönetenler herkesi ciddiye aldığı için
- %20 sosyal hayatın ağırlığından kurtulup eğlenmek için
- %20 boş vakitlerimi değerlendirmek için
- %10 eğlenceli içerikler paylaştıkları için
- %10 başkalarının nasıl yaşadığını merak ettiği için
- %10 hayatın gerçeklerinden kaçmak ve uzun yaşamak istediği için

**- Videoları izleme sıklığı konusunda aşağıdaki bilgiler verilmiştir:**

- %40 yeni videolar çıktıkça
- %20 haftada bir
- %10 ayda bir
- %10 haftada iki
- %10 aklıma geldikçe
- %10 bazan

**- Videoları izlemenin hissettirdiği hususlar şu şekilde belirtilmiştir:**

- %20 onlar gibi hür olamadığımdan dolayı rahatsızım
- %10 bazen eğleniyorum
- %10 eğlenceli biri oldum
- %10 özgür hissettiriyor
- %10 herhangi bir değişiklik olmadı
- %10 kendimi iyi hissettiriyor
- %10 hayatın ciddiye alınacak tarafı olmadığını düşündürüyor
- %10 kardeşlerimle birlikte samimi bir ortam buluyorum

**- Kanalı izledikten sonra yapmak istediklerinizde ne tür değişiklikler oldu sorusuna alınan cevaplar şunlardır:**

- %20 kendimi daha iyi ve sosyal hissediyorum
- %20 hayatımı pek etkilemedi
- %10 herkes yapıyorsa ben de YouTube kanalı açarım dedim
- %10 arkadaş edinmek için sosyal medyayı kullanmaya karar verdim
- %10 daha hür olmak ve istediğimi yapmak arzusu uyandı
- %10 kariyer hedefimi ancak YouTube ile gerçekleştireceğimi düşündüm
- %10 kısa yoldan onlar gibi para kazanacağımı düşündüm
- %10 kardeşlerimle arkadaş ortamında samimi olacağımı düşündüm

**Değerlendirme**

Bu kanalı izleyenler genellikle öğrenci ve bekarlıdır. Kanal ile sosyal medyadan temasa geçmişlerdir. Eğlenmek, kendilerini iyi hissetmek, sosyal hayatın baskısından kurtulmak için kanalı izlediklerini belirtmişlerdir. Kanalı izlemenin, özellikle hürriyetlerini ve kendilerini ifade edebilme arzularını karşılamayı sağladığını vurgulamışlardır. Bazıları ise eğlenmek ve sosyal medyada izlenebilmek ve kendilerini göstermek düşüncesinde olduklarını açıklamıştır. Birkaç izleyici, bilgilendiğini ve sosyal

yönden geliştiğini beyan etmektedir. İzleyicilerin neredeyse yarısı hayatın tatsız ve sıkıcı olduğunu ifade etmekte, videoları izledikten sonra kendilerini daha iyi hissettiğini söylemektedir. Dolayısıyla hayattaki anlamsızlık ve boşluk, birçok izleyicide ortak bir problem olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca YouTube’da olmanın, kendilerine çok şey katacağına inanmak gibi, pek de gerçekçi olmayan bir düşünce içinde oldukları dikkat çekmektedir.

Kanal, dinî konuları hafife alma ve dinî sembollerle alay ederek kişinin ve toplumun hassas alanlarını aşağılama amacı gütmesi ile ön plana çıkmaktadır. İslam dininin ibadete çağrısını türkü ile karıştırarak, toplumun kutsalları ile diğer konuları bilinçli bir şekilde birbirine karıştırmaya çalışmaktadır.

Kanalı izleyenler, özellikle eğlenmek ve sosyal hayatın kurallarından sıkılarak kendilerini ön plana çıkarmak adına YouTube’u yüksek bir amaç olarak görmektedir. Bir anlamda, narsist (kendine tapma) özellik taşıyan bu kişiler, hayal aleminde kendilerine mutlu ve güzel bir dünya kurmaya çalışmakla, hayatın gerçeklerinin dışına çıktıklarının farkında olmamaktadırlar.

### **Hristiyan Bilgi Kanalı**

Katılımcıların %60’ı erkek, %40’ı kadındır, tamamı lisans öğrencisidir ve 18-24 yaş aralığındadır. %40’ı İzmir’de, %30’u Antalya’da, %20’si İstanbul’da, %10’u da Eskişehir’de ikamet etmekte; %50’si arkadaşlarıyla, %20’si ailesiyle, %10’u tek başına, %10’u kız arkadaşıyla yaşarken %10’u da yurttta kalmaktadır. Kanalı izleyenlerin %60’ının kendisine ait bir kanalı yoktur, %10’unun kanalı bulunmaktadır, %30’u da kanal açmayı düşünmektedir. Katılımcıların %40’ı kanalı haftada bir kez izlerken, %60’ı yeni videolar eklendikçe izlediğini dile getirmiştir.

#### **- İzleyiciler, YouTube kanalını kullanma sebebi olarak şu hususları göstermişlerdir:**

- %70 eğlenceli vakit geçirme ve yeni şeyler öğrenme
- %10 merak ettiği konularda bilgi sahibi olma
- %10 komik videolar izleme
- %10 makyaj videolarını izleme

#### **- Kanalı niçin takip ettikleri sorulduğunda şu cevaplar alınmıştır:**

- %30 Hristiyan olduğum için
- %20 Alternatif bir din olabilir diye düşündüm
- %10 İslam dinini incelerken rastladım
- %10 Türk Hristiyanlarını merak ettim
- %10 İslam dinine alternatif aradım
- %10 Dikkatimi çeken bir din, öğrenmek istedim
- %10 Kız arkadaşım Hristiyandı, onun dinini merak ettim

#### **- Kanalı izlemek size neler hissettiriyor sorusuna verilen cevaplar şunlardır:**

- %30 neden ailem, bu sevgi dinini daha önce öğretmedi diyorum
- %20 Hristiyanlığın daha yumuşak bir din olduğunu gördüm
- %10 inancımı kaybedip ateist olacağım geliyor
- %10 iyi hissettiriyor, şarap içmenin yanında iyi şeyler de var
- %10 modern olmanın Hristiyanlıktan geçtiğini anlıyorum
- %10 diğer dinlerin de bu dine döneceğini düşünüyorum
- %10 bir şeylerin parçası olduğumu hissediyorum

#### **- Kanalı izledikten sonra yapmak istedikleriniz ne ölçüde gerçekleşti sorusuna şu yanıtlar alınmıştır:**

- %10 Türk olarak da Hristiyan olunabileceğini öğrettiler
- %10 ailemle ters düştüm, ama ileride çözülebileceğine inanıyorum
- %20 Hristiyan oldum ve gereklerini yerine getiriyorum
- %10 Hristiyan olan insanlarla tanışma ihtiyacım oluştu
- %10 Hristiyan birisiyle evlenebileceğim gerçeğini öğrendim

- %10 İsa'nın önemini ve büyüklüğünü anladım
- %10 dinler üzerinde araştırma yapmamı sağladı
- %10 dinleri yeniden incelememi sağlayabilir
- %10 dini yönelimimi etkilemedi, ama yaşayışıma uygun olduğunu gördüm

### **Değerlendirme**

Hristiyan Bilgi Kanalı, büyük bir ihtimalle Hristiyanlığı yaymaya çalışan bir kanal olarak varlığını sürdürmektedir. Kanal, Müslüman bir toplumda kendi dininden habersiz ve onun pratiklerini yerine getirmeyen bazı gruplar tarafından ilginç ve özellikle de “yumuşak bir söylem”e sahip olarak nitelendirilmektedir. Hristiyanlığın toleranslı olması ve kişilerin aşırı davranış ve isteklerine göz yumması, aslında dinin fonksiyonu ve gerekliliği ile örtüşmemektedir. Hristiyanlık dininin, sözlü olarak güzel ifadelerle kanalda sunulmuş olması, bazı gençleri ikna etmiş olabilir. Gençlerin, kendi dinleri ile ilgili sadece şahsî istekleri ve sınırsız hürriyetleri ile ilgili eleştirilerini değil, dinin diğer fayda ve kazanımlarını göz önüne almaları gerekirdi. Fakat, bunu yapacak sağlıklı ortamlar bulamamış olmaları, böyle bir değerlendirmeye imkân vermemiş görünüyor.

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Ele aldığımız beş YouTube kanalında da izleyicilerin çok ciddi anlamda bilgilendirilmediği, yönlendirilmediği görülmektedir. Bir anlamda, düşünce ve toplumsal konularda boşluk yaşayan ve sorumluluk almak istemeyen gençlerin, bilinçsizce bir yönelişe girdikleri farkedilmektedir.

Genel olarak takipçiler, “eğlenmek, vakit geçirmek, sıkıntılardan kurtulmak” gibi ifadelerle söz konusu kanalları takip ettiğini dile getirmesine rağmen, aslında kanalların kendilerini “oyalama”nın dışında fazla bir etki yapmadığı anlaşılmaktadır. Kanalları izleyenlerin, fakir ve yüksek hayat standartlarına sahip olmayışı, bu kanallarla kendilerini tatmin etmiş olabileceklerini akla getirmektedir.

Kanalların, %70'e yakın oranlarda kadınlar tarafından izlenmesi ve bu kadınlara kendilerinin modern ve hür olarak, “istediklerini yapabilme cesareti” pompalanması, bazılarını kurlsız ve engelsiz hareket etmeye yönlendirdiği farkedilmektedir.

YouTube'un, izlenme sayısını arttırıp, maddî imkân dağıtmaya imkân veren sisteminin, gençleri yorulmadan ve çalışmadan hayalî bir kazanç elde etme düşüncesine sürüklediği gözden kaçmamaktadır. İzleyenlerin genç yaşta olması dolayısıyla, toplum kuralları ve değerler konusunda ciddi bir bilgi ve bilinç seviyesinde olmadıkları görülmektedir. Sonuç olarak YouTube kanalları, aslında gençlerde kendi kültürel değerlerini bilmeme, yaşayamama ve dolayısıyla sağlıklı bir sosyal hayat içinde huzurlu, verimli ve mutlu yaşayışın eksikliğini çektiklerini gösteren önemli bir boşluğu ortaya çıkarmaktadır.

Özellikle, insanların sosyal hayatlarını minimize ettiği ve sosyal ilişkilerin azaldığı toplumlarda; sadece internet ile iletişimini sürdüren gençlerin, gerçek dünyadan koparak hayal aleminde yaşamaya daha fazla yöneldiği görülmektedir.

Bu durum, Türkiye'de eğitim hayatında ciddi bir değerler eğitime ihtiyaç olduğunu ve gençlere, kendi tarih, sosyal yapı ve kimlikleri ile ilgili doyurucu bilgiler verilmesi gerektiğini ortaya çıkarmaktadır.

YouTube kanallarının, Türk toplumunun dinî, ahlakî ve kültürel değerlerini dikkate alarak yayın yapan veya toplumu bilgilendiren kanallar olmadığı herkesçe bilinmektedir. Ayrıca, çeşitli ekonomik ve politik menfaatlerle, kişi ve toplumların özel bilgilerinin para karşılığı satıldığı da medyadan bilinmektedir. Söz konusu olaylar içinde yer alan kanal ve sitelerin, toplumumuzun ve gençlerimizin geleceği ile ciddi bir kaygı taşımadıkları açık bir biçimde görülmektedir.

Her ne kadar iletişim ve bilgilenme kanalı olarak sosyal mecraanın faydası bilinmekteyse de bu tür yayınların belli kültür, ideoloji ve hayat felsefesi açısından toplumları “kültürel değişim”e zorladığı da bir gerçektir. Bu yüzden devletin ilgili kurumlarının, insanımızı kültür ve kimliğinden uzaklaştıran bu gibi yayın ve platformların etkisinden kurtarması konusunda ciddi çalışmalar yapması gerektiğini düşünüyoruz. Ayrıca toplumda kurlsızlığa imkân veren, toplumsal birliktelik ve dayanışmayı zayıflatan

düşünce ve tutumlardan gençlerimizi uzak tutacak sosyal faaliyet ve sosyal mecraların hazırlanması gerektiğine de ihtiyaç olduğunu belirtmek gerekir.

## Kaynakça

Akyüz, E. (2011). "Çocuğun Bilgi Edinme ve Zararlı Yayınlar Karşı Korunma Hakkı". C. Öztürk ve İ. Fındıkçı (Ed.). *Türk Eğitim Tarihi Araştırmaları, Eğitim ve Kültür Yazıları*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Aşçıoğlu, Yusuf (1982). *Türk Yurdu Dergisi*, İstanbul.

Baudrillard, J. (2015). *Tüketim Toplumu*. (Çev. A. Şenel). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Beck, U. (2011). *Risk Toplumu: Başka Bir Modernliğe Doğru*. (Çev. B. Doğan). İstanbul: İthaki Yayınları.

Demirel, Ö. ve Ün, K. (1987). *Eğitim Terimleri*. Ankara: Şafak Matbaacılık.

Dijck, J. V. (2016). Senin gibi kullanıcılar mı? Kullanıcı türevli içerikteki failliği kuramlaştırmak. (Çev. Bahar Ayaz) *Yeni medya kullanıcının yükselişi*. (Edt: H. Hülür-C. Yaşın). Ankara: Ütopya Yayıncılık.

Dönmezer, Sulhi (1994). *Toplumbilim*. İstanbul: Beta Matbaacılık.

Gökalp, Z. (1992.). *Kültürel, T., & Sosyal Temelleri, I*. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.

Harrington, Michael (1962). *Öteki Amerika*, New York.

[https://policies.google.com/privacy?hl=tr#infocollect\(sonerişimtarihi:10.01.2021\)](https://policies.google.com/privacy?hl=tr#infocollect(sonerişimtarihi:10.01.2021))

Kaya, K. (2020). Dijital Nesil: K Kuşağı. *Econharran*, 4(6), 34-54.

Korkmaz, A. ve Erdoğan, İ. (1994). *Popüler Kültür ve İletişim*. Ankara: Ümit Yayıncılık.

Sekmen, M. (2019). Çocuk YouTuber'larda Sorunlu Bir Alan: Tüketim ile Mahremiyetin Yitimi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 3566-3584.

Şener, S. (2017). *Türkiye'de Sosyal Değişme*. İstanbul: Strateji Yayınları.

Şener, S. (2013). *Türkiye'de Gençlik: Beklentiler, Problemler, Düşünceler*. İstanbul: İnkılap Yayınları.

Şener, S. (2016-2019). *Sosyoloji, Sosyal Bilimlere Alternatif Yaklaşım*. İstanbul: Strateji Yayınları

Şener, S. (2016). *Sosyal İlim ve Değerler: Değerler Sosyolojisi*. İstanbul: Strateji Yayınları.

Tezcan, M. (1999). *Eğitim Sosyolojisi*. Ankara: Şafak Matbaacılık.

Topçuoğlu, Nur (1996). *Basında Reklam ve Tüketim Olgusu*. Ankara: Vadi Yayınları.

Turhan, Mümtaz (1997). *Kültür Değişmeleri: Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Tetkik*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Vakfı Yayınları.

Ünal, S. (2019). Bir Yaşam Biçimi Olarak Bireysellik ve Makyavelist Kimliklerin Yükselişi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 338-345.