

YOUTUBERLARIN ÇOCUK VE ERGENLERİ ETKİLEYEN PSİKOSOSYAL RİSK FAKTÖRLERİ

Öznur ŞEN KARADAĞ*

Öz

Teknolojinin insan yaşamında günden güne daha fazla yer bulmasıyla birlikte bireylerin günlük yaşam pratiklerinde iş yaşamından sosyalleşmeye kadar geniş bir çerçevede birçok değişiklik olmuş, özellikle Z kuşağı olarak adlandırılan nesil internet ve sosyal medyayı yoğun kullanır hale gelmiştir. Yapılan araştırmalar en çok kullanılan sosyal medya platformunun Youtube olduğunu belirtmekle birlikte Youtube'un çocuk ve ergenler tarafından yoğun kullanımı problemli kullanım ve bağımlılığa giden birçok soruna neden olmaktadır. Öte yandan Youtube'da birçok video paylaşan ve çok sayıda takipçisi olan kişiler 'YouTuber' olarak adlandırılmakta, özellikle çocuk ve ergenler tarafından rol model alınmaktadır. Youtuberların bağımlılık, şiddet, akran zorbalığı ve gerçekçi olmayan gelecek beklentisi gibi çocuk ve ergenler üzerinde birçok olumsuz etkisinin olduğu literatürde yer bulmaktadır. Bu çalışmada sosyal medya platformları arasında YouTube'un çocuk ve ergenler üzerinde yarattığı psikososyal riskler açıklanmış ve buna yönelik gerçekleştirilebilecek sosyal hizmet faaliyetleri üzerinde durularak problemli kullanım yerine faydalı kullanımın artırılmasına yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Problemli Sosyal Medya Kullanımı, Youtube, YouTuber.

PSYCHOSOCIAL RISK FACTORS AFFECTING YOUTUBERS' CHILDREN and ADOLESCENTS

Abstract

With technology finding more and more place in human life day by day, there have been many changes in the daily life practices of individuals in a wide range from business life to socialization, especially the generation called the Z generation has become intensively using the internet and social media. Although the researches indicate that Youtube is the most used social media platform, the intensive use of Youtube by children and adolescents causes many problems leading to problematic use and addiction. On the other hand, people who share many videos on Youtube and have a large number of followers are called 'YouTuber', and they are taken as role models, especially by children and adolescents. It is found in the literature that Youtubers have many negative effects on children and adolescents such as addiction, violence, peer bullying and unrealistic future expectations. In this study, the psychosocial risks that YouTube creates on children and adolescents, among the social media platforms, are explained, and suggestions for increasing the beneficial use instead of the problematic use have been developed by emphasizing the social work activities that can be carried out for this purpose.

Key Words: Social Media, Problematic Social Media Use, Youtube, Youtuber.

1. Giriş

Son yıllarda teknolojinin gelişimi günlük yaşam pratiklerini neredeyse kökten denilebilecek kadar değiştirmiş, önceleri hayatımızda hiç olmayan internet, cep telefonu, bilgisayar gibi unsurlar hayatımızın vazgeçilmez bir noktasında konumlanmıştır. Artık 7'den 70'e herkes teknolojinin sunduğu imkanlardan faydalanmakta hem sosyal hayatında hem iş hayatında hem de günlük hayatında teknoloji ile çoğunlukla iç içe yaşamaktadır. "We Are Social" adlı platform her yıl dijital dünyaya ait raporlar sunmaktadır ve bu platformun 2020 yılı Ocak verilerine bakıldığında; dünya nüfusunun %59'unun internet, %49'unun sosyal medya, %67'sinin ise cep telefonu kullanıcısı olduğu görülmektedir (Yılmaz ve Bekiroğlu, 2020). Yeni teknolojinin en yoğun kullanım alanlarından biri sosyal medyadır. Tahtalı (2018) sosyal medyayı; kişilerin fikir, görüş ve deneyimlerini mesajlar ve görüntülerle paylaşarak birbirleriyle iletişim halinde kaldıkları ortam olarak nitelendirmiştir. Sosyal medya kullanımına yönelik yapılan araştırmalarda katılımcıların %44,9'unun YouTube kullandığı bildirilmiştir (Gülner ve diğ., 2010). İnternet ve sosyal medyanın en yoğun kullanımının çoğunlukla 21'inci yüzyıl içinde doğan ve 'Z' kuşağı olarak adlandırılan genç yaş grubu tarafından gerçekleştirildiği, en yaygın kullandıkları platformun YouTube olduğu, çoğu

*Sosyal Hizmet Uzmanı, Karabük Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü Güleç Çocuk Evleri Sitesi, oznur.sen@aile.gov.tr ORCID: 0000-0001-8749-2148

Bu Yavına Atfta Bulunmak İçin: Şen Karadağ, Ö. (2022), Youtuberların Çocuk ve Ergenler Üzerinde Yarattığı Psikososyal Risk Faktörleri, *Karabük Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (UNIKA Toplum ve Bilim)*, 2(1), 33-46.

gencin her gün YouTube izlediği ve YouTube'un günlük yaşamlarının bir rutini haline geldiği bilinmektedir (Westenberg, 2016).

Önceleri sadece bir video depolama/paylaşım sitesi olan Youtube sonrasında sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla sık kullanılan bir sosyal paylaşım platformu haline gelmiş ve özellikle Youtuber olarak adlandırılan kişilerin kişisel yaşamlarıyla ilgili samimi hikayeler anlatması gençler tarafından cana yakın ve güvenilir bulunmalarını ve günden güne daha çok tercih edilmelerini sağlamıştır. Ergenler tarafından Youtube sadece bir çevrimiçi etkinlikten ziyade günlük hayatlarında akranları, sınıf arkadaşları ve aileleriyle paylaştıkları ve tartıştıkları bir olgu bunun yanında bir sosyalleşme aracı haline gelmiştir (Balleys ve diğ., 2020).

Gençler tarafından sıklıkla tercih edilmesi, sosyalleşme ve bilgi edinme gibi amaçlarla kullanılmasının yanında YouTube'un ve diğer sosyal paylaşım platformlarının yoğun kullanımı kişilerin hayatlarında bazı negatif etkilere sebep olabilmekte ve bu durum 'problemlili kullanım' olarak adlandırılmaktadır. Problemlili kullanım, kişinin hayatında biyopsikososyal olarak çeşitli olumsuzluklara sebebiyet veren ve buna yönelik olumsuz biliş ve davranışlara yol açan durum olarak açıklanmaktadır (Caplan, 2003). Problemlili YouTube kullanımının çocuk ve ergenler üzerinde yarattığı psikososyal riskler internet ve oyun bağımlılığı, şiddet ve zorbalık eğilimi, moda ve güzelliğe yönelik imgesel baskı ve gerçekçi olmayan gelecek beklentisi gibi birçok faktörü içermektedir.

2. Yeni Medya ve Sosyal Paylaşım Platformları

Günümüzün sürekli gelişen ve değişen teknolojisiyle birlikte kuşkusuz medya da değişmiş ve geleneksel medya araçlarının yerine yeni medya olarak adlandırılan internetin hâkim olduğu medya araçları ön plana çıkmıştır. Nuran (2015) yazı, ses ya da görüntü aracılığıyla iletişim kurmayı sağlayan yazılı ve elektronik basım ile sinevizyon, hypermedia, internet, kitap, telefon televizyon, radyo-foto, faks vb. kitle iletişim araçlarının bütününe medya denildiğini ifade etmektedir. Ancak geleneksel medya anlayışı süreç içerisinde teknolojinin gelişmesiyle yeni bir boyut kazanmış ve 'Yeni Medya' kavramı ortaya çıkmıştır. Yeni medya, var olan sistemleri geliştiren ve yeni hizmetler sunan mikroelektronik, bilgisayar ve telekomünikasyon uygulamalarını içermektedir (Vural ve Bat, 2010). Sanal uzamda hizmet veren iletişim araçlarının gelişen teknolojiyle birlikte etkileşimsellik özelliklerinin artması ve modern insanın iletişim ve haberleşme dürtüsünü karşılayabilme amacıyla çalışma prensiplerinin geliştirilmesiyle birlikte iletişim araçları her geçen gün daha çok kullanıcı çekmekte ve yeni medya ortamının temelini oluşturmaktadır (Erbaş, 2018).

Kuşkusuz yeni medyanın en temel ve en yoğun kullanım alanlarından biri de sosyal medyadır. Çoklu kullanıma açık, sürekli güncellenebilen ve müzik, fotoğraf ve video paylaşımına olanak sağlayan sosyal medya hemen her kesimden kullanıcıya hitap etmekte, ideal bir iletişim mecrası olarak görülmektedir (Vural ve Bat, 2010). Bireyler iletişim yönünden pasif alıcı konumunda iken sosyal medya aracılığıyla bu konum farklılaşmış ve iş birliği içinde aktif üreten konuma gelmiştir (Eşitti, 2015). Özellikle gençlerin ve çocukların arkadaşlarıyla iletişim kurmak, sosyal ilişkilerini sürdürülebilmek ve güçlendirebilmek daha da önemlisi sosyal çevreleri içerisinde itibarlarını arttırabilmek için sosyal medyayı kullandıkları belirtilmektedir (Jang ve diğ., 2015). Kişiler bugün sosyal paylaşım platformlarında yediği yemeklerden giydiği kıyafetlere, gezdiği yerlerden günlük yaşam pratiklerine, kendi özel hayat bilgilerinden, teknolojik aletlerin kullanımına kadar birçok konuda paylaşım yaparak bir etki alanı oluşturmakta ve popüleritelerini arttırmayı hedeflemektedirler. Kullanıcılardan geri bildirim alması ve iki yönlü diyaloga uygun olması, çabuk ve etkili bir etkileşim imkânı vermesi, benzer site ve mecralardan bilgi edinmeye ilişkin bağlantı sunması gibi özellikleriyle geleneksel medyadan ayrılan sosyal medya günümüzde oldukça popülerdir (Eşitti, 2015).

3. Problemlili İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

Teknolojinin hayatımıza devrim niteliğinde girişi günlük yaşamlarımızda birçok değişime neden olmuştur. 2019 yılı itibariyle dünya nüfusunun %46'sı internet kullanıcısı olup sosyal medya

kullanım oranı %45'e yükselmiştir (We are social, 2021). Genel olarak yeni iletişim teknolojileri, özel olarak ise internet ve sosyal medya, akademik bilgiye erişim kolaylığı, sosyal iletişim ve sosyal ilişkilerin yönetilmesi, gündemi takip etme, internet üzerinden alışveriş, devletle ilgili resmi işlemlerin yürütülmesi gibi birçok hususta bireylerin hayatlarını kolaylaştırmaktadır (Eşitti, 2015, s. 79). Ancak bu faydalı kullanımın yanında kişinin hayatının çeşitli alanlarında negatif sonuçlar doğuran problemler de mevcuttur. Bu hususta, teknoloji kullanımının bağımlılıkla ilişkisine yönelik araştırmalar gerçekleştirilmiş, internete ve sosyal medyaya yönelik yoğun kullanımın kimyasal bağımlılıklara benzer semptomlar gösteren davranış bağımlılığı oluşturabildiği sonuçlarına ulaşılmıştır (Young ve diğ., 2011). Problemler internet ve sosyal medya kullanımını tanımlamak için birçok terim kullanılsa da en yaygın kullanım 'bağımlılık' kavramıdır (Huang, 2020). Bağımlılık; bir kişiye, bir maddeye veya aktiviteye fazlasıyla bağlı olmak zamanla problem hale gelen ve durdurulmakta zorlanılan çeşitli alışkanlıklar edinmek olarak adlandırılabilir. Kişiler bir maddeye, alkole veya sigaraya bağımlı olabildiği gibi bir davranışa da bağımlı olabilmektedirler. Davranış bağımlılığı kişilerin durdurmakta zorlandıkları davranışları tekrar tekrar devam ettirmeleridir (Zubaroglu Yanardağ ve diğ., 2020).

Davranış bağımlılıklarından biri de internet bağımlılığı olup Young (2004) internet bağımlılığını internetin aşırı kullanılması, internet kullanımına ilişkin aşırı bir istek duyulması, internet erişimi olmadığında kişide kaygı, saldırganlık, mutsuzluk gibi duyguların baş göstermesi ve tüm bunlara bağlı olarak kişilerin sosyal işlevselliğinin bozulması olarak açıklamaktadır. İnternet bağımlılığı internetle ilişkili diğer bağımlılıkların da ana kaynağıdır. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığı da ana maddesinin internet olduğu davranışsal bir bağımlılık olarak literatürde yer bulmaktadır (Savcı ve Aysan, 2017).

Ancak bağımlılık terimi farklı seviyelerde aşırı kullanım, sosyal işlevsellikte bozulma gibi birçok negatif etkiyi ve etiketi içermekle birlikte problemler kullanım bunların tamamını kapsamadığından (Huang, 2020) bu çalışmada problemler internet ve sosyal medya kullanımı tanımlı tercih edilmiştir. Aşırı kullanım, kullanıcı tarafından planlanan sürenin aşılması; kompulsif kullanım çevrimiçi etkinliklerin kontrol edilememesi ve bundan kaynaklanan suçluluk hisleri duyulması, problemler kullanım ise olumsuz akademik, sosyal ve profesyonel sonuçlara yol açan internet kullanımını ve bundan kaynaklı olumsuz biliş ve davranışları ifade etmektedir (Caplan, 2003). Teknolojik araçların kullanımı günümüz teknoloji çağında oldukça olağandır, dolayısıyla hayatımızın bu kadar içinde olan bir olguyu bağımlı veya bağımlı değil şeklinde iki uçağa kategorize etmek çok zordur (Yılmaz ve Bekiroğlu, 2020). Tanımlanan bağımlılık kriterlerinin hepsini karşılamamakla birlikte kişinin biyopsikososyal sağlığını olumsuz etkileyen ve çeşitli sorunlara yol açan kullanım problemler kullanım olarak tanımlanmaktadır (Griffiths, 2005).

TÜİK verilerine göre internet kullanım amaçlarına göre ilk sırada %80,9 oranla sosyal medya yer almaktadır (TÜİK, 2015). 2020 Avrupa istatistiklerine göre 16 ile 74 yaş arasındaki kişilerin %80'inin internet kullanıcısı olduğu, üstelik bu oranının 2015'ten bu yana %15 arttığı, belirtilmektedir (Eurostat, 2020). Yine Avrupa'da internet kullanımına ilişkin istatistiklerde sosyal medyanın oldukça yoğun kullanıldığı ve Youtube'un en çok kullanılan sosyal medya platformu olduğu görülmektedir (Statista, 2020). Güney Kore'de internet kullanım oranının oldukça arttığı ve 3-9 yaş arası çocukların %92'sinin haftada 8-9 saat internet kullandığı, video paylaşım sitelerinin de çocukların en çok kullandığı internet araçlarından biri olduğu, Z kuşağı içerisinde olan 0-8 yaş grubu çocuklarla yapılan bir araştırmada; çocukların internet üzerinde oyun oynamaktan sonra en çok yaptıkları ikinci aktivitenin YouTuberları izlemek olarak belirttikleri ifade edilmektedir (Özsoy ve Atılğan, 2018). Digital Reports 2020 raporunda Türkiye nüfusunun %64'ünün sosyal medya kullandığını ve en sık kullanılan sosyal medya uygulamalarının ise Youtube, Instagram, Facebook ve Twitter şeklinde sıralandığını belirttiktedirler (akt. Yılmaz ve Bekiroğlu, 2020).

Bu yoğun ilgi çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir. Houg (2020) problemler sosyal medya kullanımı ile ilgili yaptığı meta analiz çalışmasında 123 çalışmayı incelemiş olup sorunlu

kullanımın refah düzeyini düşürdüğü, anksiyete, depresyon gibi çeşitli sorulara yol açtığı, benlik saygısı ve yaşam doyumu üzerinde negatif etkiler yarattığı gibi sonuçlara ulaşmıştır. Savcı ve Aysan (2017)'ın sosyal medya bağımlılığını da içeren internet bağımlılıklarıyla ilgili çalışmasında bu konuda yapılmış araştırmalarda problemlili kullanımın depresyon, dürtüsellik, yalnızlık, uyku kalitesi, iyi oluş, öz saygı, akademik performans ile bağlantılı olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca bir başka araştırmada sosyal medya bağımlılığının gençlerin gerçek sosyal ortamlardan soyutlanmasına neden olduğu bildirilmektedir (van der Eijnden ve diğ., 2016).

Sorunlu internet kullanımının olumsuz akademik, sosyal sonuçlara yol açan internet kullanımını içeren uyumsuz biliş ve davranışları ifade ettiği bu çalışmada sosyal medya platformları içerisinde Youtube'un problemlili kullanımında ne gibi uyumsuz biliş ve riskler doğurabileceği irdelenmektedir.

4. Yeni Nesilin 'Kanaat Önderleri' Youtuberlar ve Çocuklar/Ergenler Üzerinde Yarattığı Psikososyal Riskler

YouTube kuruluş dönemine bakıldığında sadece çevrimiçi bir video paylaşım platformu iken, bugün kullanıcıların kendi isteğine göre videolarını yükleyip paylaşabildiği popüler bir ağ haline gelmiştir. Bu dönüşüm de YouTube'un kullandığı sloganı etkilemiştir. Önceleri 'Dijital Video Deponuz' sloganını kullanan YouTube, bugün 'Kendini Yayınla' sloganını kullanmaktadır (Burgess ve Green, 2009). Bu şekilde birçok YouTube kullanıcısı kendi alanıyla ilgili videolar çekip yayınlamaya başlamış ve YouTuber kavramı ortaya çıkmıştır.

YouTube 2015 yılında 'YouTube Academy' projesini hayata geçirerek içerik üreticilerine Youtube'da fenomen olmak ve popüler bir YouTuber olmak için ihtiyaç duydukları bilgileri vermiştir. Böylelikle başka hiçbir özel eğitim almadan bireylere ünlü olma ve Youtube üzerinden para kazanma imkânının sunulmasıyla YouTuberlık kavramı popülerleşmiş, fark edilmek, ünlü olmak güdüsü besleyen birçok insan YouTuber olmak konusunda harekete geçmiştir (Yıldırım, 2017).

Sosyal medya kullanımı arasında YouTube kullanımının oranı oldukça yüksektir. 2011 yılında Finlandiya'da yapılan bir araştırmada sosyal medya kullanıcılarının %60'ının YouTube kullandığı belirtilmektedir (Herkman ve Vainikka, 2014). Yine bu oranın yıllar geçtikçe kullanımın yaygınlaşmasıyla birlikte arttığı bilinmekte olup Datareportal'ın 2021 Digital 2021 Turkey adlı araştırmasında da YouTube'un tüm web siteleri içinde en çok ziyaret edilen ikinci site olduğu ve en çok kullanılan sosyal ağ olduğu ifade edilmiştir (Digital 2021: Turkey, 2021).

Genel anlamıyla kendi konusu altında içerik oluşturan ve YouTube'a yükleyen kişilere YouTuber denmekle birlikte bu kişilerin ortak özelliklerinin izleyicilerle sohbet edermiş gibi, kamera ile göz kontağını koparmadan samimi bir şekilde konuşması ve hangi alanda hizmet veriyor ise o alandaki bilgilere hâkim olarak izleyicileriyle paylaşması olarak belirtilmektedir (Yavaş, 2017). YouTuberlar zaman içinde popülerleşerek ilgi alanlarına göre kişisel markalarını üretmekte ve sosyal medya üzerindeki itibarlarını kullanarak milyonlarca kişiyi etkilemektedirler (Emirza, 2018). Günümüz X kuşağı olarak adlandırılan grupta YouTuberlar fazlaca etkili olmasa da Y ve Z kuşaklarında YouTuberların etkisi oldukça önemlidir ve bu yaş grubu için YouTuberlar adeta bir kanaat önderi olmuş, bu kişiler zamanlarının büyük bir kısmını YouTuberları izleyerek geçirdiklerini belirtmişlerdir (Yıldırım, 2017). Yapılan bir araştırmada Z kuşağının geleneksel film ve TV yıldızlarından ziyade YouTuberları kendilerine yakın hissettiği, 13 yaşındakilerin %59'unun YouTuberları takip ettiği ancak sadece %32'sinin TV yıldızlarını takip ettiği, kendilerini YouTuberlara daha yakın buldukları sonucuna varılmıştır (Westenberg, 2016).

Kuşkusuz YouTuberların kendi hakim alanında ipuçları ve tavsiyeler vermesi, bunu yaparken görüşmeler esnasında samimi ve günlük bir dil kullanması, izleyicilerin kendileriyle bir bağ kurmasına sebep olmakta ve gitgide artan popüleritelerinin hitap ettiği kitle tarafından bir kanaat önderi olarak görülmesini sağlamakta, bu süreç gün be gün yeniden inşa edilmekte ve özellikle çocuk

ve ergenler tarafından rol model alınmak da dahil olmak üzere hayatlarının önemli bir noktasında yer edinmektedirler (Perez-Torres ve diğ., 2018).

Çocuk ve ergenlerin YouTuberları idealize etmesinin sebeplerinden biri de YouTuberların kendisini idealize etmesidir. Kişiler üyesi oldukları bir sosyal topluluk içinde zamanla kimliklerini inşa ederler ve kendilerine belirli roller oluşturup o rollere uygun davranışlar sergilerler (Dedeoğlu ve Üstündağlı, 2011). İnternetin toplum yaşamında yer almaya başlamasıyla kişiler sanal dünyada da kimliklerini kurgulamaya başlamıştır. İnternet üzerine kurgulanan kimlik 'ideal insan' yaratma eğiliminde olup toplum tarafından onay gören ve arzu edilen davranışlarla şekillendiği ifade edilmektedir (Binark, 2005). Öyle ki; YouTube'un içerik üreticileri YouTuberlar çektiği videolar içinde kimliklerini inşa ederken belirli oranda popüleritelerinin artmasına ve etkileşim almaya özen gösterir. Goffman'a göre birey kendini topluma sunarken, toplum tarafından onaylanmış davranışlar günlük yaşamdaki performansına göre daha fazladır (Goffman, 2009). Goffman 'Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu' adlı eserinde benliğin sunumunu tiyatro kuramıyla açıklamış olup kişinin tıpkı bir tiyatro oyunundaki kişiler gibi farklı rolleri olabildiğini, dolayısıyla kişilerin sosyal kimliklerine göre farklı rollere girebildiğini ifade etmiştir (Biçer, 2014). Goffman (2009) yine tıpkı tiyatro oyununda kişilerin alkış almak için çevresindekiler üzerinde iyi izlenim bırakma çabası olduğu gibi kişilerin sahne gerisinde de kendilerine biçtikleri rolü topluma en iyi şekilde sunmaya çalıştığını, çoğunlukla performanslarının normal davranışlarından çok daha fazlasını ve toplumun onayladığı davranışları içerdiği belirtilmektedir. Bununla bağlantılı olarak YouTuber'ların popüleritelerini artırmak, tıpkı tiyatro oyununda izleyicilerinden alkış almayı bekleyen oyuncular gibi "like almak" üzere çeşitli sosyal rollere bürünmelerini görmekteyiz.

Hortaçsu (2012) kişilerin belirli sebepler ve güdülerle kendilerini topluma farklı bir kimlikte tanıtabildiklerini ifade etmektedir. Özellikle sosyal medyada gerçek olan ve sahte olanın ayrımını yapmanın giderek zorlaştığı günümüzde inşa edilen sanal kimlikler aracılığıyla gerçek kimliklerin gizlenmesi ve idealleştirilmiş sanal kimliklerin ön planda olması olağan görülmektedir (Kavut, 2018). Fenomen haline gelen YouTuberlar için Youtube'u bir vitrin olarak açıklamak mümkündür. Goffman (2009) kişilerin benliğini sunarken bir vitrine ihtiyaçları olduğu ve bu vitrinde sergiledikleri davranışların nezaket kuralları, ahlaki davranışlar, ilgi çekecek ve beğenilecek tutumlarla karakterize olduğunu belirtmektedir. YouTuberlar da videolarını çekerken adeta kendilerini vitrinde sunmaya hazır hale getirmekte daha sonrasında da videolarını kanala yükleyerek izleyicilerin beğenisine sunmaktadırlar. YouTuberlar böylelikle çocuk ve ergen gruplar arasında kendilerine büyük bir hayran kitlesi bulmaktadırlar. Bugün büyük ve küçük ölçekli yerleşim birimlerinde birçok çocuk ve genç YouTuberları tanımakta ve onların görüşüne önem vermekte, kız çocuklar daha çok moda ve güzellik konseptli YouTuberları takip ederken erkek çocukların daha çok futbol ve oyun konsepti içerik üreten YouTuberları takip ettiği belirtilmektedir (Viktória, 2018).

Gençlerin YouTuberlara bu kadar ilgi duymasının bir diğer nedeni ise ulaşılabilirlik ve ilişkilendirilebilirlik olarak ifade edilmektedir. Gençler YouTuberları geleneksel medya yıldızlarına göre kendilerine daha yakın bulmakta, YouTuberların kimi zaman bir komşu kimi zaman ise aynı okulda okudukları bir arkadaşları kadar ulaşılabilir olmaları onlar için cezbedicidir. Öyle ki bu kadar yakınlarındaki insanların kişisel deneyimlerini paylaşmaları YouTuberları kendi yaşamlarıyla ilişkilendirmelerine ve onları daha güvenilir ve samimi bulmalarına katkı sağlamıştır (Defy Media, 2015).

YouTube'a yüklediği videolar aracılığıyla para kazanan YouTuberların (Ocak, 2016) gitgide popüler olduğu aşikardır. İrlanda'da yapılan CyberSafeIreland adlı araştırmada 15 çocuktan 13'ünün YouTube kullandığı ifade edilmektedir (Fergus, 2018). Bununla beraber sürekli video izleme ve çevrimiçi olmanın çocuk ve ergenler üzerinde sosyalleşmek, oyun oynamak gibi birçok avantajının olmasının yanında mahremiyet, güvenlik vb. riskleri taşıdığı da bilinmektedir (Holloway ve diğ., 2013). Çocukların her geçen gün bu alanda daha fazla vakit geçirmeleri teknik, eleştirel ve sosyal beceri eksikliğine de neden olabilmektedir (Livingstone ve diğ., 2017). EU Kids Online'ın

araştırmasına göre Avrupa’da 9-16 yaşındaki çocukların %14’ü son 12 ayda cinsel içerikli görüntüler gösteren pornografik videolarla karşılaştıklarını, %12’sinin de zorbalık mağduru olduğunu, Türkiye’de ise yine cinsel içeriğe maruz kalan çocukların sayısının oranının %13 olup %9’unun da zorbalıkla karşı karşıya geldiği belirtilmiştir (LSE, 2010).

Çocuk ve ergen gruplarda bir kanaat önderi haline gelen YouTuber’ların hitap ettiği kitle için belirli bir sosyalleşme, eğlence ve yol gösterici niteliği olmakla birlikte içerik üreticilerinin yüklediği videolar üzerinde herhangi bir denetim bulunmaması sebebiyle bu içerikler birçok riski de beraberinde getirebilmektedir. UNICEF içerikle ilgili riskleri; cinsel, pornografik ya da şiddet içeren görüntüler, bazı reklamcılık biçimleri, ırkçı nefret söylemleri, kendine zarar verme ve intihar gibi davranışları özendirilen içerikler olarak sıralamıştır (UNICEF, 2017). Bu çalışmada daha çok popüler YouTuber’ların ürettiği içeriklere odaklanılarak şiddet ve zorbalık eğilimi, internet ve oyun bağımlılığı, moda ve güzelliğe yönelik imgesel baskı, gerçekçi olmayan gelecek beklentisi ele alınmıştır.

4.1. İnternet ve Oyun Bağımlılığına Yönelik Riskler

İnternet bağımlılığı bir önceki bölümde de anlatıldığı üzere internet aktivitelerine giderek artan bir zaman, para ve enerji ayırma durumuyla kendini gösterirken, çevrimiçi olunmadığında anksiyete, depresyon, boşluk ve yalnızlık gibi istenmeyen duyguları yaşatacak kadar tehlikeli boyutlara ulaşabilecek bir durumdur (Kandell, 1998:12).

YouTuberların sürekli olarak yeni ve hitap ettiği kesime yönelik ilgi çekici içerik üretmesi ve abonelik aracılığıyla kanallardaki yeni içerikleri kullanıcılara haber vermesi sürekli olarak izleme davranışının gelişmesine sebep olabilmektedir (Viktória, 2018). Bu davranış; bağımlılık, okul görevlerini ihmal etme, aile aktivitelerine daha az dahil olma gibi zaman yönetimine ilişkin riskleri de beraberinde getirmektedir (Valcke ve diğ., 2010).

Youtube internet bağımlılığını ve problemleri kullananı tetikleyen sosyal medya platformlarının en başında yer alır. Günümüzde yaygınlığı gitgide artan YouTube ve YouTuberlar sürekli internet kullanımını teşvik etmektedirler. İspanya’da yapılan bir araştırma sonucunda internet bağımlısı olarak belirlenen çocukların en sık yaptıkları aktivite YouTuberları takip etmek ve ürettikleri içerikleri izlemektir (Soler ve diğ., 2018). Günümüzde sürekli takipte kalma, güncel ikonları takip etme akran grupları arasında oldukça popüler bir durumdur ve bu popülerite, çocuk ve ergenlerde yapılan paylaşımları kaçırmaya yönelik bir korku oluşturmakta ve buna ‘kaçırma korkusu’ denmektedir (Elhai ve diğ., 2018). Kaçırma korkusu ile yeni gelişmelerden haberdar olamamak kaygısı güdülmekte ve bu sebeple sürekli çevrimiçi ve takipte kalınarak süreç içerisinde bağımlılık davranışı gelişebilmektedir.

Westenberg (2016) YouTube’un ergenler üzerindeki etkisine ilişkin yaptığı çalışmada, Youtube’un gençlerin hayatında oldukça önemli bir yer olduğunu belirtmektedir. Araştırmaya katılan ergenlerden kızlar YouTube olmadan hayatlarına devam edemeyeceklerini ifade ederken erkeklerin hayatlarına devam edebileceklerini ancak hayatlarında büyük bir boşluk olacağını ifade ettikleri, ayrıca birçok gencin tatile gidip döndükten sonra kaçırdıkları YouTube videolarını kontrol ettiklerini ifade ettikleri ve birçoğunun Youtube bağımlısı olduğunu kabul ettikleri anlaşılmıştır.

4.2. Şiddet ve Zorbalık Eğilimine Yönelik Riskler

Kişiler, olaylar karşısındaki olumlu ve olumsuz tepkilerini sosyalizasyon süreçlerinde öğrenirler. Albert Bandura’nın sosyal öğrenme teorisine göre kişiler şiddet ve zorbalığı da sosyalizasyon süreçlerinde öğrenirler. İnsanın doğuştan agresif bir yapısının olmadığı ve çevresindeki kişilerin sinirli davranışlarını izleyerek sosyal öğrenme yoluyla kendilerine agresif davranışın yerleşebileceği, nitekim çocukların belirli davranışları taklit etme eğiliminin olduğu bu kuramda bahsedilmektedir (Bandura, 2006). Kirsh (2003) şiddet içeriğine maruz kalmanın kısa ve uzun dönemde saldırganlık davranışının ve öfke duygusunun artmasına ve ‘ayna nöronlar’ aracılığıyla

taklit edilerek öğrenilmesine sebep olduğunu belirtmiştir. Sosyal öğrenme teorisindeki modelleme yöntemine göre kişi, gözlemci olarak sembolik temsilleri ve modellenmiş faaliyetleri anlamlandırarak belirli kazanımlar elde eder (Bandura, 1971:6).

Özellikle oyunlarla ilgili içerik üreticiliği yapan YouTuberların, gerek video içeriklerinin gerekse söylemlerinin şiddet ve zorbalık içerdiği, böylelikle hitap ettiği kitle özellikle de rol model almaya eğilimli olan çocuk ve ergen grupların da şiddete ve zorbalığa meyilli olmasına yol açabileceği riski mevcuttur. Zorbalık içerikli çatışmacı bir ortam yaratan YouTube videolarının daha düşmanca davranabilen, antisosyal ve hatta şiddet içeren davranışlar sergileyen çocuklara yol açtığına da vurgu yapılmaktadır (Soler ve diğ., 2018). Genellikle YouTuber'ların oyun videosu çektiği bilinse de çoğu oyun videosunun da şiddet içerikli olduğu bir gerçektir. Yine sosyal öğrenme teorisinden hareketle şiddet içerikli oyunlar oynayanların, şiddet içerikli oyunlar oynamayanlara göre daha fazla şiddet eğilimi gösterdiği bir gerçektir (Deloatch, 2014).

Şiddet içerikli oyunları oynayanların genellikle erkek çocuklar olduğu ve genellikle popüler oyunlardan Minecraft, League of Legends, World of War gibi savaş sahnelerinin ve şiddet görüntülerinin bulunduğu oyunları oynadığı ve yine erkek çocuklar arasında popüler olan YouTuberların bu oyunların nasıl oynandığı ile ilgili içerik oluşturarak video paylaşımı yaptığı ve şiddet görüntülerini aktardığı belirtilmiştir (Viktória, 2018). Örneğin Level Cap Gaming takma adlı bir YouTuber'ın şiddet içerikli oyunları oynarken yayınladığı içeriklerin bugüne kadar 33.000.000'dan fazla beğeni aldığı (Deloatch, 2014:7) belirtilmektedir ve yine AnderZel takma adlı İsveçli bir YouTuber genellikle gönderi yaptığı şiddet içerikli oyunlar sayesinde 28.000.000 görüntülemeye ulaşmıştır (Deloatch, 2014:8). Bu şiddet içerikli oyunları izleyen çocukların gerçek hayatta bu oyunların pratiğini yapma ihtimali yüksek olmakla birlikte asıl önemli tehlike; çocukların ve ergenlerin neredeyse her gün tekrarlayan bir biçimde bu görüntülere tanık olarak şiddeti kanıksama ve normalleştirme olasılığının yüksekliğidir. TV'de şiddet içeren film seyrettikten veya bilgisayarda bu tür bir oyun oynadıktan hemen sonra, çocukların birbirleri ile oynadıkları oyunlarda diğer çocuklara göre daha saldırgan davrandığı ifade edilmiştir (Yolga Tahiroğlu ve diğ., 2010). Dolayısıyla şiddet içerikli video paylaşımı yapan YouTuberları izlemenin de aynı etkiyi yapması oldukça yüksektir. Özsoy ve Atılğan (2018)'in 6-8 yaş grubu çocuklarla yaptığı bir çalışmada, çalışmaya katılan bir çocuğun 'YouTuber'lar bazen küfür ediyor, onlardan küfür öğrenebiliyorum' şeklinde beyanda bulunduğu bildirilmektedir (Özsoy ve Atılğan, 2018:106).

4.3. Güzellik Algısı ve Beden İmgisine Yönelik Riskler

Sınıf ve statüye dayalı göstergelerin birleştiği, düzenlendiği, tekrar üretildiği ve toplumsal tabakalaşmanın daimî bir temsilcisi olarak varlığını koruduğu bir alan olarak moda; insan bedeni ve bedeni süsleme, giyinme biçimlerini yakından etkilemektedir (Aydoğan, 2016:277). Moda aracılığıyla kimlik yaratma; kişinin sosyal çevresi tarafından beğenilme arzusu ile açılanabilecek bir içsel süreçtir (Yavaş, 2017).

Bugün küresel çağda güzellik algısı da küresel moda merkezlerinin etkisi ile belirli bir tek elde toplanmış ve standardize edilmiş bir güzellik algısı ortaya çıkmış ve özellikle genç kızlara yönelik bahsedilen standart moda algısına uymaları konusunda bir imgesel baskı vuku bulmuştur (Aydoğan, 2016). Herkman ve Vainikka (2014) bugünün yetişkinlerinin kültürel zevklerinin önceki nesillerin kültürel zevklerine göre daha uluslararası olduğunu belirtmişleridir. Şüphesiz ki bu zevklerin uluslararasılaşmasında en önemli pay bir olguyu dünyanın bir ucundan öbür ucuna hızlıca ulaştırma gücü olan internettedir.

Bugün güzellik, makyaj ve moda alanında içerik üreticiliği yapan, bu alanda ürün tanıtımları ve eleştirileri gerçekleştirerek reklamlar aracılığıyla ciddi gelirler elde eden birçok YouTuber vardır (Güz ve Yegen, 2017). Bu YouTuberlar makyaj, güzellik, moda gibi başlıklar altında vloglar çekerek 'bu sene hangi renk moda', 'hangi makyaj stili daha popüler' şeklinde ipuçlarıyla takipçilerini yönlendirmektedirler (Yavaş, 2017).

Fenomen YouTuberların tanıtımını yaptığı kıyafet, mücevher ve güzellik malzemelerini gören ergen grupları kendi akranları arasında da bu içerik üreticilerinin ne kadar havalı, güzel ve popüler olduğunu konuşmakta ve standartlaşmış güzellik algısını sürekli olarak devam ettirmektedirler. Bu algı dolayısıyla gençler, ünlü YouTuberlar gibi giyinmek, onların taktıklarını takmak, onların sahip olduklarına sahip olmak ve böylelikle bir 'star' olmak istemekte çünkü onları havalı ve güzel yapan şeyin giydikleri, taktıkları ve tarzları olduğunu düşünmektedirler (Viktória, 2018). Yapılan bir araştırmada gençlerin birçoğunun en sevdiği YouTuber'ın şapka, kıyafet, kitap gibi ürünlerine sahip olduğu, diğer yarısı da bu ürünlere sahip olmasa da bu ürünleri kullanmak istediği, bunlara sahip olanların okullarına giderken bu ürünleri kullandığı ve arkadaşları arasında ilgi gördüğünü ifade ettiği belirtilmektedir (Westenberg, 2016).

Her ay 50 milyonu aşkın insanın 1 milyar dakikasını moda ve güzellik konusunda bilgi veren YouTuberları izleyerek geçirmekte olduğu bildirilmiştir (Skyes, 2014). Güzellik ve moda konusunda bir fenomen haline gelmiş kişinin herhangi bir ürünü yoğun kullanımı takipçilerini de bu ürünü kullanmaya itmektir (Güz ve Yegen, 2017). Nitekim kişinin beğenilme dürtüsü sebebiyle toplum tarafından kanaat önderi gibi görülen ve kendi hâkim alanında bir otorite figürü olan YouTuberların etkisi altına girme ihtimali oldukça yüksektir. Bu şekilde kişilerin YouTuberları taklit etmesi ve onların dediklerini yapması yeniden ve sürekli olarak inşa edilen bir standardize edilmiş güzellik ve moda anlayışını kurgulamaktadır.

Türkiye'de YouTuberlar ile ilgili yapılmış bir çalışmada; özellikle kozmetik YouTuberların popülerliği dikkat çekmiş, araştırmaya katılanların %30,6'sı kozmetik, makyaj ve güzellik alanında hizmet veren YouTuberları takip ettiklerini bildirmişlerdir (Emirza, 2018). Bu küreselleşmiş moda algısı en çok ergen grupları hedeflemekte, böylelikle bir markanın genç bir birey tarafından tutulması, markanın ömür boyunca tanınıp kullanılma şansını da artırmaktadır (Aydoğan, 2016). Peki bu standardize edilmiş güzellik algısı çocuk bedeni, çocuk gelişimi ve sağlığı açısından ne derece sağlıklıdır? Bu imgesel baskının akran grupları içerisinde çocuklara yüklediği yük tartışılmakta mıdır? Küreselleşen dünya moda, güzellik, eğlence sektörünü de tektipleştirmiştir. Bugün ergen grupları arasında birbirine çok benzer şekilde ikonlaşmış ve çevresine onun gibi olmak isteyen takipçilerini toplamış gruplar görülmekte iken, diğer taraftan standart güzellik ve moda algısını yakalayamayan ve/veya yakalamak istemeyen birçok kişi akran zorbalığına ve imgesel baskıya maruz kalabilmektedir.

4.4. Gerçekçi Olmayan Gelecek Beklentisi ve Rol Model Alma

Daha önce aktarılan diğer risk faktörlerinin belki de ana sebebi olan ve en önemli risk faktörü; artık hem yetişkinler hem de çocuklar için bir kanaat önderi haline gelen YouTuberlar ve onların etkileme gücüdür. Kendilerine 'Influencer' adı veren bu kitlenin adı üzerinde olarak hitap ettiği kitleyi etki altına alma gücü çok yüksektir. İnsanlar sevdiği kişilerin davranışlarını kopyalama ve aynı davranış tarzını paylaşmaya eğilimlidirler (Bentley ve diğ., 2011). Çocuklar gelişimleri boyunca gördüklerini taklit etme, özdeşim yapma gibi yöntemlerle kimlik gelişimlerini tamamlamaya çalışırlar (Yolga Tahiroğlu ve diğ., 2010). Gelişim dönemi içerisinde popüler futbolcular, sanatçılar, doktorlar ve mühendisler ya da aile içerisinde de en popüler olan bireyi rol model alan çocuk ve ergenler için bugün yeni bir rol model ortaya çıkmıştır. Çektikleri videolarda kişisel yaşamlarıyla ilgili samimi hikayeler anlatan YouTuberlar gençler için yeni rol model olarak karşımıza çıkmaktadır. Gençler videolarda gördükleri konuşma dili, kıyafetler ve hareketleri kopyalama eğilimindedirler (Westenberg, 2016). YouTuber'ların hem gerçek hem de sanal ortamda büyük bir hayran kitlesi elde etmenin yanında bunun maddi olarak kazanç sağlaması da çoğu kişi için cezbedicidir. Artık gençler Instagram ve Facebook'un yanında YouTube hesabına da sahip olup YouTuberlar gibi giyinmekte, konuşmakta, yaşamaya çalışmakta ve onlar gibi popüler olmayı hedeflemektedir (Soler ve diğ., 2018). CyberSafeIreland adlı bir araştırmaya (2018) göre, YouTube'un çocuklar arasında çok popüler olduğu belirtilmektedir. Araştırmada kendi YouTube kanalına sahip olanların ve YouTube kanalında kendisini gösterenlerin sayısı da incelenmiş ve çocukların %12'sinin kendisini bir YouTube

videosunda gösterdiği ortaya çıkmıştır. Araştırma ayrıca birçok çocuğun YouTuberlara öykündüğünü ve ilerde onlar gibi olmak istediğini ifade ettiğini de açıklamaktadır (Fergus, 2018:13).

Günümüzde çocukların rol modelleri dijital dünyada oldukça fazla sayıda takipçisi olan kişilerden oluşmaya başlamıştır. Çocuklar gerçek dünyada uzun yıllar boyunca elde edebilecekleri geliri dijital dünyada daha kısa sürede elde edebilen bu kişilere özenmekte olup çocukların geleceğinde tercih edecekleri meslekler için yeni seçimler gündeme gelmiştir (Yılmaz ve Bekiroğlu, 2020). Westenberg (2016) yaptığı çalışmada birçok gencin YouTuber'ların yaptığını yapmayı çok istediğini, özel partilere gitmek, lansmanlar yapmak, yurt dışı gezileri yapmak ve bedava kıyafet ve eşya sahibi olmak gibi şeylere fazlaca öykündüğünü ve gerçekten istendiğinde kolayca YouTuber olunacağını düşündükleri için Youtuber olma hayali kurduklarını belirtmektedir.

İzleyicilerin Youtuber'lara öykünmesinin nedeni kuşkusuz daha önce de aktarıldığı gibi onların kendisini idealize etmesidir. Kavut'un (2018) Instagram kullanıcıları üzerinde yaptığı çalışmaya katılanlardan en çok takipçi sayısına sahip olanın Instagram paylaşımlarının kendi kimliğini yansıtmadığı buna karşılık en az takipçi sayısına sahip olanın Instagram paylaşımlarının ise kendi kişiliğini yansıttığını ifade ettiği görülmekte olup Instagram ve genel olarak sosyal medya platformlarının kullanım düzeyinin artması durumunda, özellikle de takipçi sayısının arttığı ve beğenilme arzusunun daha üst seviyelere çıktığı böylelikle gerçek yaşam ile sosyal medya üzerinden sunulan benlik arasındaki farklılaşmanın arttığı ifade edilmektedir. Sosyal paylaşım platformlarında kişilerin kendilerini oldukları gibi göstermekten ziyade olmak istedikleri biçimde şekillendirmeleri sonucunda yaşadıkları ego tatmini yüksekliğinin bireylerin sosyal medya kullanımını arttırmaktadır (Güz ve Yegen, 2017).

5. Sosyal Paylaşım Platformlarının Oluşturduğu Risklere Yönelik Sosyal Hizmet Müdahaleleri

Sosyal paylaşım platformlarından Youtube ve Youtuber'ların çocuk ve ergenler üzerinde yarattığı psikososyal risklerin aktarıldığı bu çalışmada bu risklere yönelik sosyal hizmet müdahaleleri daha çok problemlili internet ve sosyal medya kullanımı üzerinde yoğunlaşacaktır. Zira teknoloji çağın kaçınılmaz bir olgusu olmakla birlikte faydalı kullanım hem çocuklar hem de yetişkinler için oldukça geliştirici unsurlar içermektedir. Ancak dijital çağda özellikle çocuk ve ergen grupların yoğun olarak kullandığı sosyal medyanın problemlili kullanımı ya da ileri boyutta bağımlılık geliştirmeleri uzun ve kısa vadede birçok biyopsikososyal sorunlara neden olacaktır. Bu nedenle internet ve sosyal medya kullanımlarının sağlıklı olabilmesi için koruyucu/önleyici ve rehabilite edici çalışmalar yürütülmesi gerekmektedir (Yılmaz ve Bekiroğlu, 2020).

Sosyal paylaşım platformlarının oluşturduğu risklere karşı yapılacak sosyal hizmet müdahaleleri aslında problemlili internet kullanımına ilişkin sosyal hizmet müdahalelerini içermektedir. Sosyal hizmet uzmanları problemlili internet kullanımına ilişkin mikro, mezo ve makro boyutta müdahaleler gerçekleştirmekle birlikte özel eğitimlerle birlikte klinik anlamda ileri düzey bağımlılıklarla da mücadele edebilmektedir (Zubaroglu Yanardağ ve diğ, 2020).

Problemlili internet kullanımına yönelik sosyal hizmet müdahaleleri öncelikle problemlili kullanıma neden olan içsel ve dışsal faktörleri ele almalı, çocuğun ve ergenin gerçek dünyada karşılayamadığı psikososyal ihtiyaçlarının neler olduğunu tespit ederek kişinin bu ihtiyaçları karşılamak için dijital ortamlara yöneldiğini bilmelidir. Ayrıca müdahalelerin sadece problemlili kullanıma ve bağımlılığa sahip çocuk ve ergenlerden ziyade çevresi içinde birey yaklaşımıyla kişinin bağımlılığını etkileyecek diğer faktörler de (aile sistemi, eğitim sistemi, sosyal çevre vb.) ele alınarak gerekli müdahale planlanmalıdır (Yılmaz ve Bekiroğlu, 2020).

Genellikle internet bağımlılığıyla mücadele denilince teknoloji ve internetin kişilerde olumsuz bir etki yarattığından hareketle internet kullanımının tümünden ya da büyük oranda kısıtlanması akla gelmektedir. Ancak çeşitli araştırmalar teknoloji kullanımının arkadaşlık ilişkilerini güçlendirdiği ve yeni sosyal ilişkilerin oluşmasına olanak sağladığını ifade etmektedir (Kraut ve diğ., 2002). Bu

bağlamda patolojik sonuçlara yol açan durumun teknoloji ve sosyal medya değil buna bağlı olan problemlili kullanım olduğu konusuna odaklanarak interneti güvenli ve faydalı kullanım hususunda müdahalelerin planlanması gerekmektedir.

Çocuk ve ergenleri Youtuberlara ilişkin yukarıda bahsedilen risklerden korumak için öncelikle çocukların ve ergenlerin sosyal medya kullanımına alternatif içeriklere yönlendirilmesine ilişkin çalışmalar yapmak, genel yaşam becerilerini artırmaya yönelik aktiviteler planlamak, sanal iletişimden ziyade yüz yüze iletişim kurmanın ve arkadaşlıkları güçlendirmenin teşvik edilmesi önerilmektedir (Geyer ve diğ., 2018). Çocukların ve ergenlerin sosyal medya bağımlılığından kurtulması için gerçek sosyal ortamlarının artırılmasının, ebeveynlerin çocuklarının akranlarıyla birlikte vakit geçirmesinin teşvik edilmesinin önemli bir faktör olduğu belirtilmektedir (Savcı ve Aysan, 2017). Zira gerçek sosyal ortamlarda bulunmanın kişilerin sosyal bağıllığını geliştirdiği ve bunun da bağımlılık konusunda koruyucu bir faktör olduğu sonucuna varılmıştır (Lee ve Robbins, 1998). Bu müdahaleler primer koruma kapsamına girmekte olup problemlili davranış gelişmeden uygulanan müdahalelerdir. İnternetin ve Youtuberların sadece olumsuz yanlarının vurgulanarak kısıtlanması doğru bir yaklaşım olmamakla birlikte, güvenli internet kullanımıyla ilgili desteklemek ve internet ortamındaki meşru, faydalı ve geliştirici içeriklerin tüketilmesini desteklemek de bu kapsamda önemlidir (Zubaroglu Yanardağ ve diğ., 2020). Medya okuryazarlığı eğitimlerinin yaygınlaştırılması, internet üzerinden doğru ve faydalı bilgi edinilmesiyle ilgili rehberliklerin yapılması da önemlidir (Eşitti, 2015). Özellikle YouTube hususunda YouTube ve Youtuberların tamamen kötü bir şey olduğunu düşünmek ve tümüden kullanımı bıraktırmak söz konusu olamaz. Nitekim oldukça faydalı içerikler üreten kanalların da mevcut olduğu bilinmekle birlikte yapılan bir araştırmada bazı Youtuberların akran zorbalığı ile mücadele, ebeveynlerin boşanmasıyla ilgili tavsiye gibi hususlarda içerikler ürettiği ve çocuk ve ergenlerin olumlu hissetmesine katkı sağladığı anlaşılmıştır. Bu bağlamda ebeveynlerin olumlu içerikler üreten Youtuberları keşfetme, çocuk ve ergenleri olumlu içeriklere yönlendirme gibi faaliyetlere yönelmesi önerilmektedir (Westenberg, 2016).

Sosyal hizmet uzmanları problemlili internet kullanımında bireysel danışmanlık da yapmaktadır (Geyer ve diğ., 2018). Bu kapsamda problemlili internet kullanımından psikososyal olarak olumsuz etkilenen ve bu etkilere rağmen sürdürmeyi bırakamayan çocuk ve ergenlere yönelik bireysel görüşme ve aile görüşmeleri yapılabilir. Problemlili internet kullanımına ilişkin bireysel müdahalelerde kullanılan bir diğer teknik bilişsel davranışçı terapi teknikleri olup bu kapsamda çeşitli ödev ve tekniklerle bu davranışların azaltılması sağlanabilir (Zubaroglu Yanardağ ve diğ., 2020). Bilişsel davranışçı terapiye göre duygu, düşünce ve davranışların birlikte değerlendirilmesi bu şekilde çocuk ve ergenin yaşadığı sorunların anlaşılabilmesi varsayılmakta ve böylelikle problemlili kullanıma sebep olan duygu ve düşüncelerin keşfedilmesini sağlamaktadır (Yılmaz ve Bekiroğlu, 2020).

Davranışsal bağımlılıklara yönelik yapılan araştırmalar bilişsel davranışçı terapi, diyalektik davranış terapisi, grup terapisi ve çok boyutlu tedavinin internet bağımlılığı ve çevrimiçi oyun bağımlılığı tedavisinde etkili olduğunu göstermektedir (Huang, 2020). Özellikle internet bağımlılığı olarak adlandırılabilir ileri düzey problemlili internet kullanımlarında sosyal hizmet uzmanlarının bilişsel davranışçı terapilerle birlikte grup çalışması tekniklerini de kullandığı ve başarılı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Liu ve diğ., 2012). Ergenlerle internet bağımlılığına yönelik 6-10 kişiden oluşan ve 8 hafta süren bir grup çalışmasında bilişsel davranışçı terapi teknikleri kullanılmış ve terapinin ergenler ve ebeveynler arasında etkili iletişim kurma, ergenlerin dürtülerini kontrol etme ve internette geçirdikleri süreçleri yönetme, problemlili internet kullanımını fark etme ve bunu durdurabilme üzerine yoğunlaştığı görülmüş olup ergenlerin internet kullanımında ve kaygı düzeylerinde azalma olduğu ifade edilmiştir (Du ve diğ., 2010).

Problemlili internet kullanımına ilişkin sosyal hizmet uzmanları toplum temelli çalışmalar da yapmaktadır. İnternet ve sosyal medya bağımlılığı ve problemlili kullanım konusundaki risk

faktörlerinin belirlenmesi ve buna ilişkin sosyal politikaların geliştirilmesi toplum temelli çalışmalardır (Yılmaz ve Bekiroğlu, 2020). Ancak toplum temelli çalışmaların başında toplum eğitimi yoluyla güvenli ve faydalı içerik tüketimini artırmak ve tehlikeli kullanımı azaltmak vardır. Bunun yanında sosyal hizmet uzmanları iddialı davranış ve çatışma çözümü konusunda eğitim, duygusal zekâ, öfke kontrolü ve stres yönetimi, zaman yönetimi, etkili iletişim yöntemleri konusunda da eğitim çalışmaları yapabilir (Geyer ve diğ., 2018). Bu eğitimler kişilerin sosyal hayatlarında karşılaştıkları çeşitli zorluklar karşısında çözümsüz kalarak internet, oyun ve sosyal medya kullanımına yoğunlaşmasının önünde koruyucu önleyici çalışmalar olarak değerlendirilmektedir.

6. Sonuç ve Öneriler

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte sanal ortamda hizmet veren iletişim araçlarının da özellikleri değişmiş ve etkileşimsellik özelliği geliştirilerek sosyal medya ön plana çıkarılmıştır. Çoklu kullanıma açık, sürekli güncellenebilen ve müzik, fotoğraf, video paylaşımına olanak sağlayan sosyal medya hemen hemen her kesimden kullanıcıya hitap etmekte, ideal bir iletişim mecrası olarak görülmektedir.

Teknolojinin bu çok yönlü kullanımı kişilere katkı sağlamanın yanında bağımlılık gibi bazı olumsuz sonuçlara da neden olmuştur. Kişiler internet ve sosyal medyanın aşırı kullanımı neticesinde problemlili kullanım ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada sosyal medya platformları arasından YouTube'un problemlili kullanımının çocuk ve ergenler üzerinde yaratabileceği psikososyal riskler açıklanmıştır.

Başlangıçta kişilerin videolarını çekip yükleyerek depo olarak kullandığı YouTube bugün kişilerin herhangi bir içerik yükleyerek etkileşim almak, abone kazanmak ve bu yol dolayısıyla para kazanmak için yayın yaptıkları bir mecra haline dönüşmüştür. Bugün YouTuberlar makyaj, güzellik ve moda konularından, futbol ve oyun içeriklerine, gezdiği yerlerden, günlük yaşam pratiklerine ve kendi özel hayatlarına kadar çeşitli konularda vlog çekmekte olup içeriklerine ve izleyenlerine yönelik herhangi bir denetim mekanizması bulunmamakta dahası asıl hitap ettiği kesim olan çocuk ve ergen gruplar için riskli içerikleri bulunan videolar yükleyebilmektedirler. Kuşkusuz ki YouTuberların kendi hâkim alanında ipuçları ve tavsiyeler vermesi, bunu yaparken görüşmeler esnasında samimi ve günlük bir dil kullanması, izleyicilerin kendileriyle bir bağ kurmasına sebep olmakta ve gitgide artan popüleritelerinin hitap ettiği kitle tarafından bir kanaat önderi olarak görülmesini sağlamakta, özellikle çocuk ve ergen grupların hayatlarının önemli bir noktasında pozisyon almaktadırlar.

YouTuberların kanaat önderi haline gelmesinin yanında ürettikleri içerikler dolayısıyla çocuklar ve ergenler için bir sosyalleşme ve eğlence aracı olmuş ve belirli alanda verdikleri ipuçlarıyla yol gösterici nitelik taşımaya başlamış olmaları, videolarının konseptleri bakımından kimi zaman şiddete ve zorbalığa meyilli olmaya, internet ve oyun bağımlılığına yol açma riski bulunmakta kimi zaman ise, standardize edilmiş moda ve güzellik algısı üzerinden bir imgesel baskı yaratmaktadır. Uzun yıllardır çocuklar için iyi bir doktor, mühendis, futbolcu, sanatçı ya da yakın çevresinde statü sahibi bir kişi rol model iken bugün çocuk ve ergenler için yeni rol modellerin ortaya çıktığını görüyoruz. Bu konuda yapılan araştırmalarda birçok çocuğun YouTuberlara öykündüğünü ve ilerde onlar gibi olmak istediğini ifade ettiğini belirtmektedir.

Çocuk ve ergenleri YouTube'un problemlili kullanımını neticesinde oluşabilecek psikososyal risklerden korumak için sosyal hizmet uzmanlarının gerçekleştireceği mikro, makro ve mezo boyutta müdahaleler mevcuttur. Bu müdahaleler gerçekleştirilirken en temelde YouTube'un zararlı bir platform olduğunu düşünüp tümünden kısıtlamak gibi bir yaklaşımdan ziyade YouTube'un çağın bir gereği olan bir sosyal medya aracı olduğu, doğru kullanımda kişilere oldukça faydalı ve eğlenceli, aynı zamanda geliştirici içerikler sunabildiğinin kabullenilerek güvenli içerik tüketimine odaklanılması gerekmektedir. Çocuk ve ergenlerin güvenli içerik tüketimiyle ilgili yönlendirilmesi ve ebeveynlerine bu konuda bilgi verilmesinin yanında sanal ortamların yanı sıra gerçek sosyal ortamlara girerek sosyalleşmenin teşvik edilmesi oldukça önemlidir.

Problemlili kullanımın sosyal işlevsellikte bozulmalara sebep olduğu durumlarda bilişsel davranışçı terapilerle desteklenmiş bireysel görüşmeler yapılabilir. Genellikle çeşitli ödev ve tekniklerle sorunlu davranışı azaltmaya çalışan bilişsel davranışçı terapi teknikleri bu konudaki olumsuz biliş ve inanışları da değiştirme hedefindedir. Benzer şekilde bilişsel davranışçı terapi tekniklerini ele alan grup çalışmalarıyla da problemlili internet kullanımına yönelik müdahaleler yapıldığı, bu konuda özellikle ergen gruplarda ilerleme kaydedildiği görülmektedir.

Bunların yanında problemlili kullanıma ilişkin sosyal hizmet uzmanları makro müdahaleler de gerçekleştirmektedir. Özellikle YouTube ve YouTuberlara ilişkin güvenli içerik tüketimi, sosyal medya okuryazarlığı gibi toplum eğitimi vermek, bunun yanında çatışma çözme, öfke yönetimi, etkili iletişim becerileri konularında eğitimler vererek gençlerin sosyal hayatta yaşadıkları sorunları çözemeyerek gerçek sosyal ortamlardan kaçmasını ve sanal dünyaya ağırlık vermesini engellemek ve bu hususta sosyal politikaların oluşturulması için çalışmalar yapmak makro boyutta müdahalelere örnek olarak verilebilir.

Kaynakça

- Aydoğan, D. (2016). Hazır Giyim Moda Reklamları ve Çocuk Bedenine Yönelik İmgesel Baskı: Koton Örneği. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 277-288.
- Balleys, C., Millerand, F., Thoer, C. ve Duque, N. (2020). Searching for Onself on YouTube: Teenage Peer Socialization and Social Recognition Processes. *Social Media + Society*, 1-11.
- Bandura, A. (1971). *Social Learning Theory*. New York City: General Learning Press.
- Bandura, A. (2006). Social Learning Theory of Eggression. *Journal of Communication*, 3(28), 1228.
- Bentley, A., Earls, M. ve O'Brien, M. (2011). *I'll Have What She's Having: Mapping Social Behavior*. Cambridge: MA: MIT Press.
- Biçer, S. (2014). Goffman Metodolojisinden Hareketle Facebook Üzerinde Akademisyenlerin Kendini Sunma Davranışı. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 65-100.
- Binark, M. (2005). *Kimlik(lenme), Dipnotsuz İletişim ve Etnik Laflama Odaları*. Ankara: İnternet Toplum Kültür Derneği.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *Youtube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge, UK: Routledge.
- Caplan, S. E. (2003). Preference for Online Social Interaction- A Theory of Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being. *Communication Research*, 625-648.
- Coloroso, B. (2003). *The Bully, The Bullied and the Bystander*. New York: Harper Resoruce Publishers.
- Dedeoğlu, A. O. ve Üstündağlı, E. (2011). Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yaşam Tarzı ve Kimlik Yönünden Değerlendirilmesi. *Business and Economic Research Journal*, 2(2), 23-40.
- Defy Media. (2015). *Youth Video Diet*. Acumen Report.
- Deloatch, S. (2014, May). *The Effects of Videogame Playing, Watching, and Realism on a Person's Level of Aggression*. Master Thesis. Northridge: California State University.
- Digital 2021: Turkey. (2021, 11 13). Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey> adresinden alındı
- Du, Y., Jiang, W. Ve Vance, A. (2010). Longer Term Effect of Randomized, Controlled Group Cognitive Behavioral Therapy for Internet Addictionin Adolescent Students in Shanghai. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 129-134.
- Elhai, J., Levine, J., Algraibeh, A., Alafnan, A., Aldraiweesh, A. ve Hall, B. (2018). Fear of Missing Out: Testing Relationships With Negative Affectivity, Online Social Engagement, and Problematic Smart Phone Use. *Elsevier- Computers in Human Behavior*, (89), 289-298.
- Emirza, E. (2018). Youtuber İtibarı ve İmajı ile Online Tüketici Satın Alma Niyeti İlişkisinde Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Aracılık Rolü. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 248-260.
- Erbaş, T. (2018, 12 08). Türkiye'de Tumblr Blog Ortamındaki Popüler Blogcuların Kullanım Pratikleri. ACADEMIA: http://www.academia.edu/1152107/T%C3%BCrkiyede_Tumblr_Blog_Ortam%C4%B1ndaki_Pop%C3%BCler_Blogcular%C4%B1n_Kullan%C4%B1m_Pratikleri adresinden alındı
- Eşitti, Ş. (2015). Bilgi Çağında Problemlili İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemlili İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uyarlanması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 75-97.

- Eurostat. (2020). Eurostat. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20211008-1> adresinden alındı
- Feher, D. J., Bartok, M. ve Feher, L. (2018). *The Effects of Computer Games on Teenagers*. IEEE 12th International Symposium on Applied Computational Intelligence and Informatics (s. 261-266). Timişoara: SACI 2018.
- Fergus, S. (2018). *Internet Safety for Children*. Master Thesis. Lulea, Sweden: Lulea University of Technology.
- Geyer, S., Le Roux, L. ve Hall, H. (2018). Students Voices on the Involvement of Social Workers in Services Related to Problematic Internet Use. *Practice- Social Work in Action*, 30 (3), 203-216.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Griffiths, M. (2005). A components Model of Addiction Within a Biopsychosocial Framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197.
- Gülner, B., Balcı, Ş., & Çakır, V. (2010). Motivations of Facebook, YouTube and Similar Web Sites Users. *Ahmet Yesevi University Board of Trustees*, (54), 161-184.
- Güz, N. ve Yegen, C. (2017). Ölü Canlar'dan Instagram'a: Kimlik ve Statü Sahibi Olmanın Allormorfizmi Üzerine. *İletişim Kuramı ve Araştırmaları Dergisi*, (45), 103-123.
- Harrington, C. (2018). Neo-liberal Subjectivity, Self-branding and 'My Rape Story' YouTube Videos. *Critical Sociology*, 1-14.
- Herkman, J. ve Vainikka, E. (2014). 'New Reading' or Communication? Finnish Students as Readers in the Age of Social Media. M. Lauristin, & P. Vihalemm içinde, Reading in changing society (s. 97-117). Tartu: University of Tartu Press.
- Holloway, D., Green, L. ve Livingstone, S. (2013). *Zero to Eight Young Children and Their Internet Use*. London: LSE- EU Kids Online. LSE: eprints.lse.ac.uk/52630/1/zero_to_eight.pdf adresinden alındı
- Hortaçsu, N. (2012). *En Güzel Psikoloji Sosyal Psikoloji*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Huang, C. (2020). A Meta Analysis of The Problematic Social Media Use and Mental Health. *International Journal of Social Psychiatry*, 1-22.
- Jang, J. Y., Han, K., Shih, P. ve Lee, D. (2015). *Generation Like: Comparative Characteristics in Instagram*. CHI '15 Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (s. 4039-4042). Seoul- KOREA: ACM, New York.
- Kandell, J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *CyberPsychology&Behavior*, 1(1), 11-17.
- Kavut, S. (2018). Goffman'ın Benlik Sunumu Kuramı Bağlamında Sosyal Medyada Kimlik İnşası: Instagram Üzerine Bir Araştırma. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (1), 1-12.
- Kirsh, S. (2003). The Effects of Violent Video Games on Adolescents. The Overlooked Influence of Development. *Agress Violent Behaviour*, (8), 377-389.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. ve Crawford, A. (2002). Internet Paradox Revisted. *Journal of Social Issues*, 58(1).
- Lee, R., ve Robbins, S. (1998). The Relationship Between Social Connectedness and Anxiety, Self-Esteem, and Social Identity. *Journal of Counselling Psychology*, 45(3), 338-345.
- Liu, C., Liao, M. ve Smith, D. C. (2012). An Emprical Review of Internet Addiction Outcome Studies in China. *Research on Social Work Practice*, 22(3), 282-292.
- Livingstone, S., Mascheroni, G. ve Staksrud, E. (2017). European Research on Children's Internet Use: Assessing the Past and Anticipating the Future. *New Media & Society*, 3(20), 1103-1122.
- LSE. (2010). *EU Kids Online*. London: London School of Economics and Political Science. http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/eu-kids-online/participant-countries/turkey?from_serp=1 adresinden alındı
- Mavili, A. (2014). *Aile İçi Şiddet: Kadının ve Çocuğun Korunması*. Ankara: Elma.
- Nuran, M. (2015). *Geleneksel Medya ve Yeni Medya Etkileşiminin Gezi Parkı ve Gösteriler Bağlamında İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Ocak, M. Ş. (2016). *Kamusal Alan, Sosyal Medya ve Toplumsal Hareketler Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü- Medya ve Kültürel Çalışmalar Ana Bilim Dalı.
- Ozier, D. I. (2015). *The Spider or The Fly? New Media, Power, and Competing Discussions of Sexual Violence in the YouTube Community*. Master Thesis. Los Angeles: University of California.

- Özsoy, D. ve Atılgan, S. S. (2018). Kuzeydoğu Anadolu Bölgesindeki 0-8 Yaş Grubu Çocukların İnternet Kullanımı ve Bu Kapsamda Ebeveyn Arabuluculuğu: Nitel Bir Araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 2(11), 96-125.
- Perez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y. ve Abarrau Ben Boubaker, S. (2018). Youtuber Videos and the Construction of Adolescent Identity. *Comunicar*, 55, 61-70.
- Savcı, M. ve Aysan, F. (2017). Teknolojik Bağımlılıklar ve Sosyal Bağlılık: İnternet Bağımlılığı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Dijital Oyun Bağımlılığı ve Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Bağlılığı Yordayıcı Etkisi. *The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30(3), 202-216.
- Skyes, S. (2014). *Making Sense of Beauty Vlogging*. Thesis. Pittsburg: Carnegie Mellon University.
- Soler, I. R., López-Sánchez, C. ve Torrecillas-Lacave, T. (2018). Online Risk Perception in Young People and its Effects on Digital Behaviour. *Media Education Research Journal*, 26(56), 71-79.
- Statista. (2020). *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/295660/active-social-media-penetration-in-european-countries/> adresinden alındı
- Tahtalı, M. Ç. (2018). *Sosyal Etki Pazarlaması Bağlamında YouTuberların İletişim Stratejileri Üzerine Niteliksel Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü-Halkla İlişkiler ve Tasarım Ana Bilim Dalı.
- UNİCEF. (2017). *Children in a Digital World*. Unicef: UNİCEF.
- Valcke, V., Bonte, S., De Wever, B. ve Rots, I. (2010). Internet Parenting Styles and the Impact on Internet Use of Primary School Children. *Computers & Education*, 55(2), 454-464.
- van der Eijnden, R. J., Lemmens, J. S. ve Valkenburg, P. M. (2016). The Social MEDIA Disorder Scale. *Computers in Human Behaviour*, 61, 478-487.
- Viktória, R. (2018). *Psychological Effects of Advertising on Schoolchildren and Teenagers*. Master Thesis. Budapest Business School.
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20), 3348-3382.
- We are social. Digital In 2019: Everything You Need to Know About The Internet. We are Social: <https://wearesocial.com/uk/blog/2019/02/digital-in-2019-everything-you-need-to-know-about-the-internet/> (Erişim Tarihi: (28.11.2021).
- Westenberg, W. (2016). *The influence of Youtubers on Teenagers*. Master Thesis. Netherlands: University of Twente.
- WHO. Dünya Sağlık Örgütü. <http://www.who.int/en/> (Erişim Tarihi: (22.12.2018).
- Yavaş, N. (2017). *Yeni Medya Trendleri Örneği: Youtube Güzellik ve Moda Vloggerlığı Örneği*. I. International Conference on New Trends Communication (s. 54-63). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Yıldırım, M. (2017). *Yeni Medyada Ürün Yerleştirme: YouTube Kanalları ve 'Youtuber'lar'*. I. International Conference on New Trends Communication (s. 148-154). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Yılmaz, B. ve Bekiroğlu, S. (2020). *Çocukluk Döneminde Dijital Bağımlılık*. F. Paslı, & H. Aslantürk içinde, Çocuklarla Çalışma: Temel Alanlar, Uygulamalar, Güncel Tartışmalar (s. 357-374). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yolga Tahiroğlu, A., Çelik, G., Bahalı, K. ve Avcı, A. (2010). Medyanın Çocuk ve Gençler Üzerinde Olumsuz Etkileri; Şiddet ve İnternet Bağımlılığı. *Yeni Symposium Journal*, 48(1), 19-30.
- Young, K. (2004). Internet Addiction: A New Clinical Phenomenon And Its Consequences. *American Behavioral Scientist*, 48(4), 402-41.
- Young, K., Yue, X., ve Ying, L. (2011). *Prevalence Estimates and Etiologic Models of Internet Addiction*. K. Young, & C. de Abreu içinde, Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment (s. 19-31). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Zubaroglu Yanardağ, M., Bilge, M. ve Yanardağ, U. (2020). Davranış Bağımlılığı ve Sosyal Hizmet Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 551-56.