T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ-CERRAHPAŞA
ADLİ TIP VE ADLİ BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Danışman
Prof. Dr. Neylan Ziyalar

SHARENTING DAVRANIŞI (PAYLAŞAN EBEVEYNLİK) VE EBEVEYN FARKINDALIĞI: 2021 TÜRKİYE ÖRNEKLEMİ

SOSYAL BİLİMLER ANA BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

PSK. EMİNE CEREN EYRİCE
İSTANBUL, 2022

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ-CERRAHPAŞA
ADLİ TIP VE ADLİ BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Danışman
Prof. Dr. Neylan Ziyalar

SHARENTING DAVRANIŞI (PAYLAŞAN EBEVEYNLİK) VE EBEVEYN FARKINDALIĞI: 2021 TÜRKİYE ÖRNEKLEMİ

SOSYAL BİLİMLER ANA BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

EMİNE CEREN EYRİCE
İSTANBUL, 2022

Özet

Sharenting, ebeveynlerin çocukları hakkındaki bir bilgiyi, haberi veya görüntüyü çevrimiçi platformlarda yayınlaması demektir. Bu çalışma, Türkiye'deki ebeveynler arasında sharenting (paylaşan ebeveynlik) davranışının sıklığını ve ebeveynlerin konu hakkındaki farkındalığını ölçmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma, betimsel araştırma modeli olarak tasarlanmıştır. Veriler literatürde yer alan çalışmalar incelenerek hazırlanan anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Pilot çalışmaya katılan 94 kişiden alınan bilgilere göre form düzenlenmiş ve asıl çalışmaya 18 yaş üzeri, sosyal medya kullanan ve 18 yaş altı en az bir çocuğu olan toplamda 573 kişi katılmıştır. Katılımcıların %68,2'si (n=391) sosyal medya platformlarında çocuklarının görüntülerini paylaştıklarını ifade etmiştir. Bu görüntülerin en fazla Instagram'da (%87,2, n=343), en az ise TikTok'ta (%0,3, n=1) paylaşıldığı görülmüştür. Paylaşılan fotoğrafların %94,1'inde (n=368) çocuğun yüzünün göründüğü belirlenmiştir. Katılımcıların %84,4'ü (n=330) paylaşım yaparken çocuktan izin alması gerektiğini düşünse de yalnızca %33'ü (n=129) izin aldığını belirtmiştir. Aynı zamanda katılımcıların %53,5'i (n=209) izinsiz görüntü paylaşımı için bir yaptırım uygulanması gerektiğini düşünmektedir.

Türkiye'deki ebeveynler arasında da sharenting davranışının yaygın olduğu görülmektedir. Sharenting davranışı sonucunda ortaya çıkan istismar bulguları, birçok ülkeyi çocuk görüntü ve bilgilerinin paylaşımına sınır getirmeye ve kanunlarla düzenlemeye yönlendirmiştir. Bu araştırmadan elde edilen bulgular, ülkemizde yapılacak hukuki düzenlemelerde ve adli çalışmalarda kullanılabilir.

Anahtar kelimeler: sharenting, ebeveyn, paylaşım, çocuk, sosyal medya

Abstract

Sharenting means that parents post information, news or images about their children on online platforms. This study was conducted to measure the frequency of sharenting behavior among parents in Turkey and parents' awareness of the issue. The research was designed as a descriptive research model. The data were collected through a questionnaire prepared by examining the studies in the literature. The form was prepared according to the information received from 94 people who participated in the pilot study, and a total of 573 people over the age of 18, using social media and having at least one child under the age of 18, participated in the main study. 68.2% (n=391) of the participants stated that they shared the images of their children on social media platforms. It was observed that these images were shared the most on Instagram (87.2%, n=343) and the least on TikTok (0.3%, n=1). It was determined that the child's face was visible in 94.1% (n=368) of the photos shared. Although 84.4% (n=330) of the participants thought that they should get permission from the child while sharing, only 33% (n=129) stated that they took permission. At the same time, 53.5% (n=209) of the participants think that a sanction should be applied for unauthorized image sharing.

Sharenting behavior is also common among parents in Turkey. The findings of abuse as a result of sharenting behavior have led many countries to limit and regulate the sharing of children's images and information. The findings obtained from this research can be used in legal regulations and forensic studies to be made in our country.

Keywords: sharenting, parent, sharing, child, social media

Önsöz

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, kıymetli zamanını bana ayıran, değerli tecrübelerini ve bilgilerini ne zaman istesem benimle paylaşan, fikirlerimi dinleyen ve önemseyen, güler yüzünü benden asla esirgemeyen ve meslek hayatımda kendisini rol model olarak aldığım saygıdeğer danışman hocam Prof. Dr. Neylan Ziyalar'a şükranlarımı sunarım.

Ayrıca bu yolda bana olan desteklerini her zaman hissettiğim canım annem ve babam başta olmak üzere üzerimde çok büyük emekleri olan bütün aileme; aramızda mesafe olsa da her zaman yanıbaşımdalarmış gibi hissettiren canım dostlarım Psk. Aliye Orhan ve Psk. İlknur Uyar'a; özellikle veri toplama aşamasında gece gündüz çaba harcayan tüm arkadaşlarıma; ilkokul, lise ve üniversitede en önemli şeyin iyi bir insan olmak olduğunu öğreten tüm öğretmenlerime ve hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Aynı zamanda çalışmaya kıymetli vakitlerini ayırıp katılan ve güzel yorumlarıyla beni motive eden anne ve babalara da teşekkürlerimi borç bilirim.

Saygılarımla,

Psk. Emine Ceren Eyrice

İçindekiler

Özet i

Abstract ii

Önsöz iii

İçindekiler iv

Tablo Dizini vii

1. Giriş ve Amaç 1

2. Genel Bilgiler 2

2.1. Ebeveynlik 2

2.1.1. Ebeveynlik Kavramı 2

2.1.2. Ebeveynlik Teorileri 3

2.1.2.1.Bağlanma teorisi 3

2.1.2.2.Davranışçı teori 4

2.1.2.3. Sosyal öğrenme / sosyal biliş teorisi 5

2.1.2.4. Ekolojik sistem ve biyoekolojik teori 6

2.1.2.5. Pozitif ebeveynlik 7

2.1.3. Ebeveynlik Stilleri 8

2.1.4. Ebeveyn Hak ve Sorumlulukları 12

2.1.5. Dijital Ebeveynlik 13

2.2. Sosyal Medya 15

2.2.1.Sosyal Medya Kavramı ve Tarihçesi 15

2.2.2. Sosyal Medyada İletişim Araçları 16

2.2.2.1. Facebook 16
2.2.2.2. Instagram 17
2.2.2.3. Twitter 17
2.2.2.4. TikTok 18
2.2.2.5. Pinterest 18
2.2.2.6. LinkedIn 18
2.2.2.7. WhatsApp 19
2.2.3. Sosyal Medya Kullanım Sıklıkları 19
2.2.3.1. Türkiye'de Sosyal Medya Kullanım Sıklığı 19
2.2.4. Dijital Ayak İzi 20
2.3. Sharenting Davranışı 21
2.3.1. Sharenting Kavramı 21
2.3.2. Sharenting Davranışının Tarihçesi 22
2.3.3. Sharenting Davranışının Sebepleri 24
2.3.4. Sharenting Davranışının Olumlu ve Olumsuz Sonuçları 26
2.3.5. Sharenting Davranışının Adli Bilimsel ve Hukuki Boyutları 28
3. Gereç ve Yöntem 35
3.1. Araştırma Deseni 35
3.2. Evren ve Örneklem 35
3.3. Veri Toplama Araçları 36
3.4. Uygulama 37
3.5. Pilot Çalışma 37

3.6. Verilerin Analizi 38

4. Bulgular 39

4.1. Nicel Bulgular 39

4.1.1. Demografik Bilgilere Ait Bulgular 38

4.1.2. Sosyal Medya Kullanımlarına Ait Bulgular 41

4.1.3. Sosyal Medyada Paylaşım Detaylarına Ait Bulgular 43

4.2. Nitel Bulgular 49

4.2.1. Beğeni Sayılarına Yönelik Hisler 51

4.2.2. Sosyal Medya Uygulamasına Güvenme Sebepleri 52

4.2.3. İzinsiz Paylaşımlara Dair Ülkemizde Uygulanabilecek Önleyici Faaliyetler ve Yaptırımlar 54

4.2.4. Alan Çalışmaları ve Mahkeme Kararlarına Yönelik Tepkiler 56

4.2.4.1. Avustralya Hükümeti'nin Çalışması 57

4.2.4.2. Mahkeme Kararları 58

5. Tartışma 62

6. Sonuç ve Öneriler 69

7. Kaynakça 71

8. Ekler 95

9. Özgeçmiş 114

Tablo Dizini

Tablo I. Katılımcıların demografik özellikleri 40

Tablo II. Çocukların yaş grubu ve cinsiyet dağılımları 41

Tablo III. Sosyal ağ sitelerinin kullanım sıklığı 42

Tablo IV. Paylaşılan çocuk fotoğraflarının içerikleri 45

Tablo V. Paylaşılan fotoğraflarda yer alan çocukların gelişimsel dönemleri 46

Tablo VI. Paylaşılan fotoğraflarda yer alan çocuğun kişisel bilgileri 47

Tablo VII. Çocuğun yer aldığı ve yer almadığı fotoğraflara gelen beğeni sayıları 49

Tablo VIII. Çocuklarının görüntülerine gelen beğeni sayısının yüksek olmasına yönelik hisler temasına ait kodlar ve frekanslar 53

Tablo IX. En çok güvenilen sosyal medya uygulamasına güvenilme sebepleri temasına ait kodlar ve frekanslar 54

Tablo X. İzinsiz paylaşımlara karşı önleyici faaliyetler ve yaptırımlar temasına ait kodlar ve frekanslar 56

Tablo XI. Avustralya Hükümeti'nin yaptığı bilimsel çalışmaya verilen tepkiler temasına ait kodlar ve frekanslar 59

Tablo XII. Mahkeme kararlarına verilen tepkiler temasına ait kodlar ve frekanslar 60

1. Giriş ve Amaç

Geçtiğimiz on yılda, sosyal medya siteleri yükselişe geçmiştir (Otero, 2017). Neredeyse her yaştan insan arkadaşlıklarını sürdürmek, yeni insanlarla tanışmak, bilgi toplamak ve paylaşım yapmak için sosyal medyada aktif hale gelmiştir (Duggan, Lenhart, Lampe ve Ellison, 2015). Duggan ve arkadaşlarının (2015) yaptığı bir çalışmada ebeveynlerin %91'inin internet kullanıcısı olduğu bulgulanmıştır. 2014 yılında yayınlanan bir raporda ise ebeveynlerin %72'sinin çocuklarıyla ilgili paylaşım yaptığı bulgulanmıştır (C.S. Mott Children's Hospital, 2014). Çocuklarının koruyucusu olması gereken ebeveynler dijital çağda neredeyse çocukların haklarını ve refahını ihlal eden bir konuma gelmiştir, bunun sebebi de yaptıkları paylaşımlardır (Damkjaer, 2018).

Paylaşmak anlamındaki "sharing" ve ebeveyn anlamındaki "parenting" kelimelerinin birleşiminden oluşan "sharenting" ebeveynin çocuğuyla ilgili bir haberi, fotoğrafı veya herhangi bir bilgiyi paylaşması anlamına gelir (Urban Dictionary, 2012). Estonya'da gerçekleştirilen bir çalışma ebeveynlerin bu paylaşımları arkadaşlarıyla ve aileleri ile iletişimde bulunmak için yaptıklarını göstermiştir (akt. Siibak ve Traks, 2019). Başka bir çalışma ise ebeveynlerin bu paylaşımları yapmasını kendilerinin öz kimliklerini çocukları üzerinden yansıtmak istemelerine ve çocukları için ideal bir kimlik yaratma isteğine bağlamaktadır (Davidson-Wall, 2018). Aynı zamanda çocukların fotoğraflarına gelen yorum ve beğeni sayısı ile ebeveynlerin ebeveynlik rolleri açısından psikolojik tatmin yaşadıkları da bulgulanmıştır (Keith, 2017). Sharenting davranışından doğacak olumsuz sonuç ise bilinçsiz kullanıcılar sebebiyle çocuğun mahremiyet hakkının ihlal edilmesidir (Küçükali ve Serçemeli, 2019). Çocuğun; aile fertleriyle, ebeveyninin arkadaşlarıyla ya da tanımadığı kişilerden oluşan takipçi kitlesiyle paylaşmayı tercih etmediği ve büyüdüğünde de etmeyeceği ya da kendisi ve ailesi dışında birilerinin görmesinden rahatsızlık duyacağı paylaşımlar özel hayatın gizliliğinin ihlalini oluşturmaktadır (Uzun,2020). Her ne kadar ana-baba velayet altındaki çocukları

hakkında velayet sınırları içinde özgür olsa da çocuğun yüksek yararı ilkesine ters düşecek olan tüm eylemler var olan özgürlüğü sınırlandırır, bu sebeple görüntülerinin sosyal medyada paylaşılması sonucunda ihlale maruz kalan çocuğun kişilik hakkı, velayet hakkını sınırlandıracaktır (Gültekin, 2018). Aynı zamanda, sosyal medyada paylaşılan tüm bu bilgiler ve fotoğraflar, her ne kadar paylaşımlar gizli de olsa üçüncül kişilerin eline geçerek bu fotoğrafların istismar ürünü olarak kullanılmasına neden olabilir. Avusturalya'da hazırlanan bir rapora göre pedofili içerikli sitelerde bulunan fotoğrafların %50'den fazlası sosyal medyaya yüklenen çocuk fotoğraflarından alınmıştır (Battersby, 2016).

Adli bilimler, çocuk ihmali ve istismarı ile doğrudan ilgilenmektedir. Bu bağlamda çocuk haklarının ihlal edilmesi, ebeveynlerin koruyucu rollerinden çıkarak dijital olarak ihlalci role bürünmesi ve pedofili için zemin hazırlayacak davranışlarda bulunulması adli bilimlerin çalışmaları içinde bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı Türkiye'de sosyal medya kullanan ebeveynlerin "sharenting" davranış yaygınlığını ve sıklığını ölçmek, aynı zamanda bu davranış çerçevesinde çocuklarının hak ihlalleri ve pedofilik yayınlarda kullanılma riski ile ilgili farkındalıklarını belirlemektir.

2. Genel Bilgiler

2.1. Ebeveynlik

2.1.1. Ebeveynlik Kavramı

Ebeveynlik, çok uzun yıllardır araştırmalara konu olan ve hala üzerinde tartışılan bir konudur (Stavrinides ve Nikiforou, 2013). Kavramsal olarak ebeveynlik, çocukların yetiştirilmesi ve bu süreçteki tüm faaliyet ve sorumlulukları ifade eder (Cambridge Dictionary, 2020). Parent sözcüğü yurtdışındaki birçok sözlüğe göre anne veya baba olarak tanımlanırken (Cambridge Dictionary; Urban Dictionary, Collins Dictionary, 2020) Türkçe karşılığı olan ebeveyn sözcüğü TDK (2020)'ye göre anne ve baba olarak tanımlanmıştır.

Toplumlar, her dönem hedefleri doğrultusunda ebeveynlere roller biçmiştir (Rodrigo, Byrne ve Rodriguez, 2013). DeMause'un da (2002) belirttiği gibi çocuk yetiştirme stillerinin evrimi, bütün dehşet ve erdemleriyle, toplumun bir yansımasıdır. Birçok araştırmacı özellikle son 20 yılda ebeveynlik kavramının oldukça değişime uğradığını söylemektedir (Halpenny, Nixon ve Watson, 2009; Nixon ve Halpenny, 2010; Rodrigo, Byrne ve Rodriguez, 2013). Örneğin modern toplumlarda, babanın hâkim olduğu ataerkil ebeveynlik modelinin her yerde bulunması, ebeveyn otoritesinin anne ve baba arasında paylaşıldığı ya da sadece anne rolüne yoğunlaştığı aile biçimlerinin bir arada bulunmasıyla değiştirilmiştir (Rodrigo, Byrne ve Rodriguez, 2013).

2.1.2. Ebeveynlik Teorileri

2.1.2.1.Bağlanma teorisi

Bağlanma teorisi John Bowlby ve Mary Ainsworth'un ortak çalışmasıdır (Ainsworth & Bowlby, 1991). Bağlanma teorisi, ebeveynler ve çocuklar arasındaki sevgi bağlarının kurulmasını, bakımını ve sonuçlarını ele alır. Bu teorinin kökleri Freudyen fikirlere, evrimsel görüşlere, anne-çocuk bağıyla ilgili deneysel araştırmalara dayanarak Bowlby tarafından atılmıştır (Bretherton, 1992; Holden, 2010). Bağlanma teorisinin ana teması, bebeğin ihtiyaçlarına cevap veren ve hazır olan birincil bakım verenlerin çocuğun güven duygusu geliştirmesine olanak sağlamasıdır (Cherry, 2019). Mary Ainsworth ise "bir bebeğin dünyayı keşfedebileceği güvenli bir üs olarak bakım veren" tanımlamasıyla bağlanma kavramına katkıda bulunmuştur (Bretherton, 1992). Buna göre, bebek bakım verenin güvenilir olduğunu bilir, bu da çocuğun dünyayı keşfetmesi için güvenli bir üs oluşturur (Cherry, 2019). Ainsworth (1979) aynı zamanda bebeklerin bağlanma kalitesinin, bebeklerin tecrübelerine göre farklılaşacağını savunarak bağlanma çeşitlerine göre ebeveyn-bebek etkileşimini sınıflandırmıştır.

Ainsworth ve arkadaşları (1979) yaptıkları çalışmalar sonucunda ayrılma ve yaklaşma durumlarına verdikleri tepkilere göre ayırt edici olan üç bebek grubu tespit edebildi. Bazı bebekler anneleriyle yakınlık ve temas kurmak isterler, anneyi coşkuyla karşılarlar ve temaslarını korumaya çalışırlar. Bu bebekler güvenli bağlanan bebeklerdir. Annelerine yakın olmaktan, temastan, selamlamaktan, hatta anneleriyle göz göze gelmekten kaçınan bebekler ise güvensiz kaçınan bebeklerdir. Anneye yapışan fakat yakınlığa direnen, bazen kaygılı biçimde yaklaşan, etraflarını keşfetmekten kaçınan bebekler güvensiz kaygılı veya dirençli bebeklerdir (Schneider, 1991; Santrock, 2010; Cherry, 2019;). Kaygılı bebeklerin bir grubunda ise oldukça korkulu görünen, şaşkın olan, bulunduğu ortama bir türlü uyum sağlayamayan güçlü kaçınma ve korkma belirtileri gösteren bebekler görülmüştür, bu bebekler de kaygılı kararsız bebeklerdir (Sümer ve Güngör, 1999; Santrock, 2010).

2.1.2.2.Davranışçı teori

Davranışçılık teorisinin kurucusu John Watson, insan gelişiminin davranışlar, deneyimler ve öğrenme üzerine olduğunu söylemiştir (akt. Kaplan, 2018). Watson'ın teorisi klasik koşullanma üzerine kuruludur. Klasik koşullanma, ilişki sürecine göre yeni bir davranışı öğrenmeyi içerir, yani basit bir ifadeyle, iki uyaran bir kişi veya hayvan için yeni öğrenilen bir tepkiyi üretmek için birbirine bağlanır (Holden, 2010). Buna göre her öğrenme olayı, biyolojik olarak programlanmış uyaran-tepki bağlantısı veya refleks ile başlar (Boyd ve Bee, 2006). Watson çocuklarda korkuları kontrol etmek ve utangaçlık gibi ortak sorunları tedavi etmek için klasik koşullanmanın önemli olduğunu ve ebeveynler tarafından klasik koşullanmanın dikkatli kullanılması sonucunda çocuklarının gelişimine katlı sağlayan güçlü bir çevresel aracı olduğunu belirtmiştir (Holden, 2010).

Davranışçılığın bir diğer önemli temsilcisi B.F. Skinner ise davranışı anlamak için kişinin davranıştan önceki ve davranıştan sonraki sonuçlara bakması gerektiği fikrine dayanarak edimsel koşullanma teorisini geliştirdi (Boyd ve Bee, 2005). Davranışçılık ilkeleri

ebeveynlikte olumlu davranışları artıran ve istenmeyen davranışları azaltan şekillerde kullanılmak istenmiştir ("Various theories and aspects", 2020). Latham (1977), istenen davranışları artırmak için olumlu pekiştirme kullanma ve istenmeyen davranışları azaltmak için olumlu pekiştirmeyi kaldırma hakkında kapsamlı bir araştırma yapmıştır. Buna göre ebeveynler, her gün çocuklarını iyi seçimler yaptıkları veya ebeveynleri memnun edecek davranışlarda bulundukları için mümkün olduğunda çok övmelilerdir. Bu, olumlu pekiştirme görevi görür ve bu davranışların artma olasılığını artırır. Aynı zamanda ebeveynler çocuklarında görmekten hoşlanmadıkları davranışlara çok fazla dikkat çekmemelidir (Latham, 1977).

2.1.2.3. Sosyal öğrenme / sosyal biliş teorisi

Bandura (2001), sosyal öğrenme teorisini geliştiren başlıca teorisyen olarak kabul edilmektedir. Bandura, yeni davranışın oluşturulmasında öğrenmeyi ve gözlemsel öğrenmeyi yönlendiren temel rolleri kabul etti. Bandura ve meslektaşları, ünlü "Bobo bebeği" araştırmalarında, çocukların bir eylemi elde etmek için yalnızca gözlemlemesi gerektiğini gösterdi (Holden, 2010). Sadece bir Bobo bebeğine çarpan çocukların videosunu izlemek, gözlemcileri daha agresif olmaya teşvik etti (Bandura, Ross ve Ross, 1963). Buna göre bir davranış oluşturulduktan sonra, pekiştirme yoluyla kolaylıkla sürdürülebilir (Holden, 2010). Bandura'nın teorisi yıllar içinde geliştikçe giderek daha bilişsel bir hal alarak Sosyal Bilişsel Teori adını almıştır (Bandura, 2001, 2018). Çocuklarda olumsuz ve saldırgan davranışları değiştirmeye verilen önem göz önüne alındığında, sosyal öğrenme veya sosyal biliş kuramına dayalı ebeveynlik modelleri ebeveyn çatışmasını, zorlamayı ve tutarlı disiplini vurgulama eğilimindedir (O'Connor ve Scott, 2007).

2.1.2.4. Ekolojik sistem ve biyoekolojik teori

Ekolojik Sistem Teorisi'nin kurucusu Bronfenbrenner ebeveynin çocukla olan etkileşiminin çok önemli olduğunu ve bu etkileşim eksikliğinin bir çocuğun gelişimi için en yıkıcı güç olduğunu ileri sürmüştür (Zhang ve ark., 2019). Bronfenbrenner'e göre insan gelişimi için gerekli olan iki çevre koşulu vardır: birincisi, bir veya daha fazla yetişkinin çocuğu koşulsuz sevmesi, ikincisi ise yetişkinlerin çocuğu teşvik etmesi ve ev ortamında veya ev dışında çocukla ortak faaliyetlerde bulunmak zorunda olmasıdır (akt. Boemmel ve Briscoe, 2001).

Bronfenbrenner ayrıca, çocuğun bulunduğu ortamların gelişimini ve büyümesini nasıl etkileyebileceğini açıklamak için bir Biyoekolojik Teori geliştirmiştir (UKEssays, 2018). Teori, çocuğun en içte olduğu iç içe geçmiş 4 sistemden oluşur: mikrosistem, mezosistem, ekzosistem ve makrosistem (Matjasko ve Feldman, 2006). Bronfenbrenner'a göre (1977), mikrosistem, bir çocuğun ebeveynleri, öğretmenleri, akranları ve diğerleriyle doğrudan etkileşime girdiği yerdir; ikinci seviye mezosistem, bir çocuğun öğretmeni ile ebeveynleri arasındaki gibi mikrosistemler ve öğrenciler ve akranlar arasındaki ilişkilerdir ve mikrosistemler arasında destekleyici bağlantılar olduğunda çocukların gelişimi desteklenir (Brofenbrenner, 1977; Holden, 2010). Ekzosistem olarak adlandırılan bir sonraki seviye ise normalde çocukları içermeyen ancak yine de gelişimlerini etkileyen bağlamları içerir (Brofenbrenner, 1977). Örneğin ebeveynin çalıştığı yer ekzosistemde yer alır ve bu sebeple istihdam politikaları (örneğin, doğum izni, hastalık izni) ve çalışma ortamı gibi durumlar çocukların gelişimini etkiler (Holden, 2010). Bu modelin son ve en dış seviyesi makro sistem ise belirli bir toplumun örtük olarak çocuklar üzerinde etkisi olan kültürel değerlerini, yasalarını, sosyal politikalarını ve geleneklerini içerir (Brofenbrenner, 1977). Daha sonra geçmiş deneyimlerin mevcut davranışı etkilediğini, ortamların ve çocukların zamanla değiştiğini fark eden Brofenbrenner (2000), modeline kronosistemi dahil etmiştir. Bu

sistem, iç içe geçmiş etkileşim sistemlerinin gelecekteki davranışı nasıl etkilediğini ve çocuk büyüdükçe değiştiğini ifade eder (Brofenbrenner, 2000).

2.1.2.5. Pozitif ebeveynlik

Pozitif ebeveynlik, çocukların büyüme ve gelişmeleri için yeterli kapasitelerle dünyaya geldiği anlayışına odaklanır ve ebeveynin bir çocuğun bakımını sürdürmesini, öğrenme süreçlerini yönetmesini, iletişim kurmasını ve çocuğun ihtiyaçlarını sürekli ve koşulsuz olarak karşılamasını içerir. (Saey ve ark., 2014; Lonczak, 2020). Pozitif ebeveynlik davranışı, ebeveynin çocuğuna aktif olarak rehberlik etmesini, çocuğun istenilen davranışlarına yönelik uygun pekiştirme yöntemlerini kullanmasını, çocuğa karşı duygusal sıcaklık göstermesini ve çocuğuna sürekli biçimde verdiği desteği kapsayan davranışlardır (Parent, 2017).

Bazı araştırmacılar (Eisenberg, Cumberland ve Spinrad; 1998; Mazzone ve Nader-Grosbois, 2017) pozitif ebeveynlik davranışlarının, çocukların davranışları, duyguya bağlı fizyolojik tepkileri, motivasyonel durumları ve duygusal düzenlemeleri üzerindeki etkili olduğunu ileri sürmüştür. Buna göre pozitif ebeveynler daha iyi davranışlar sergileyen, daha az öfkelenen ve daha az hayal kırıklığına uğrayan çocuklar yetiştirebilirler (Eisenberg ve ark, 2005).

Fredickson (2001) pozitif ebeveynlerin sebep olduğu pozitif etkinin çocukların davranışlarını etkileyerek, kapasitelerini ve yeteneklerini artırabileceğini ifade eder. Buna ek olarak, pozitif ve destekleyici ebeveynlerin davranışları, çocukların strese karşı gösterdiği duygusal tepkilerin daha kolay kontrol altına alınmasını sağlamaktadır (Power, 2004). Ayrıca, pozitif ebeveynlik, çevredeki riskleri önceden tahmin etme ve önlem alma davranışları sayesinde, çocukları potansiyel olarak stresli olaylara maruz kalmaktan korur ve böylece çocukların strese karşı davranışlarının düzenlenmesini de kolaylaştırabilir (Brody ve Ge, 2001; Power, 2004).

2.1.3. Ebeveynlik Stilleri

Araştırmacılar, bir önceki yüzyılın başından beri ebeveynlerin çocukların bilişsel ve sosyal becerilerinin gelişimini nasıl etkilediğiyle ilgilenmektedir ve ebeveynlik stillerinin çocukların gelişimi, özsaygı, özerklik, sosyal beceriler gibi çeşitli yönleri üzerindeki etkisini araştırmak için kapsamlı araştırmalar yapmıştır ve yapmaya devam etmektedir (Slicker ve Thomberry, 2002; Bender ve ark., 2007; Majeski, 2016; Serna ve Martinez, 2019). Bu alandaki en sağlam yaklaşımlardan biri de ebeveynlik ve aile stillerinin incelenmesidir. Ebeveynlik hem bireysel hem de uyumlu olarak çalışan birçok özel davranışı içeren karmaşık bir görevdir ve sadece belirli bir davranışa odaklanmak yanıltıcı olabilir (Rodrigo, Byrne ve Rodriguez, 2013).

Bu doğrultuda çalışmalar yapan ilk araştırmacılardan Baldwin, 1955'te yaptığı çalışmada ebeveynlerin çocuk yetiştirme stilini iki boyutla açıklamaya çalışmıştır. Bunlar duygusal sıcaklığa karşı düşmanlık boyutu ve ilgiye karşı kayıtsızlık boyutudur (akt. Newbury, 1956). Bu boyutların farklılıklarına göre otokratik(buyurgan) ve demoktarik iki farklı ebeveynlik stili belirleyen Baldwin, otokratik ebeveynlerin çocuklara sadece kurallar koyan ebeveynlik olduğunu, demoktratik ebeveynlerin ise çocukları aile içindeki karar alma süreçlerine dahil eden ve çocuklara daha fazla izin veren ebeveynlik olduğunu belirtmiştir (Majeski, 2016).

Buna karşılık yaptığı bir ölçek çalışmasında, Baldwin gibi sevgi ve ilginin karşısına düşmanlığı koyan Schaefer (1957), oluşturduğu yapıya özerklik ve kontrolü de eklemiştir. Becker (1964) de yaptığı çalışmada Schaefer ile benzer sonuçlara ulaşmış fakat özerklik ve kontrol değişkenleri yerine izin vericilik ve kısıtlayıcılık kavramlarını tercih etmiştir (akt. Shinohara ve ark., 2012). Hoffman (1960) ise çocuklar üzerinde etki gösteren ebeveyn davranışlarını üç başlık altında toplamıştı: çocuklara karşı düşmanlık gösterme (fiziksel veya sözlü biçimde düşmanlık belirten davranışlar), çocuklara karşı güç iddiasında bulunma (çocuklara karşı üstünlük gösterme amaçlı yapılan davranışlar) ve çocukların etkileşim isteklerine karşı direnç gösterme. Tüm bunların, çocukların kişiliklerini ve davranış stillerini

belirleyen değişkenler olduğunu savunan Hoffman daha sonraki çalışmalarında da bu teorisini destekleyen bulgulara ulaşmıştır (Hoffman, 1960; 1963; 1984).

En çok bilinen ebeveynlik stillerinin oluşturucusu Baumrind'e (1967) göre ebeveynlik stili, ebeveyn tutum ve davranışlarının çocuklar tarafından algılanma şeklidir. Baumrind, çalışmalarının büyük çoğunluğunda ebeveyn stillerinin iki boyutuna odaklanmıştır: otorite ve sevgi (Baumrind, 1967; 1978; 1991). Otorite veya talepkarlık boyutu (demandingness), ebeveynlerin davranış için rasyonel standartlar belirleyerek çocuklarının davranışlarını kontrol etmeye çalışması ve çocuğu izleyerek ona iyi davranmayı öğretmeyi; ilgi veya duyarlılık boyutu (responsiveness) ise çocuğun bakış açısının kabulü, duygusal sıcaklık ve destekleyici eylemleri temsil eder, aynı zamanda bir ebeveynin çocuğun ihtiyaç ve isteklerine ne derece yanıt verdiğini yansıtır (Levin, 2011; Herwijnen ve ark., 2018). Talepkarlık ve duyarlılık boyutlarındaki değişiklikler, demokratik(authoratative), otoriter ve izin verici ebeveynlik ile sonuçlanır (Herwijnen ve ark, 2018). Maccoby ve Martin (1983), Baumrind'in izin verici ebeveynlik stilini "izin verici ebeveynlik" ve "izin verici-ihmalkar ebeveynlik" olarak iki ayrı stile bölmüştür. Daha sonra Baumrind'in yaptığı çalışmalar incelendiğinde, kendisi ttam olarak tanımlamasa da bu ayrımı desteklediği belirtilmiştir (Power, 2013).

Demoktratik ebeveynler (authoritative), yüksek talep ve yüksek duyarlılık ile karekterize edilir. Başka bir deyişle, bu kategorideki ebeveynler çocuklarına destek olurlar, sıcak şekilde yaklaşırlar, açıkça tanımlanmış kuralları vardır, etkili iletişim kurarak çocuklarına psikolojik özerklik sağlarlar ve tutarlı disiplin yöntemleri vardır (Baumrind, 1991; Steinberg ve ark., 1991). Ayrıca, aile içinde alınacak kararlara çocukları da dahil ederler (Dornbusch ve ark., 1987). Bu tür ebeveynlik yaklaşımı, çocukların gelişimsel ihtiyaçlarına göre ayarlandığı için öngörülebilir sonuçlar içerir (Baumrind ve ark., 2010; Hoffman, 1983). Buna göre, demoktratik ebeveynlerle yetişen çocuklarda yüksek benlik saygısı, yüksek okul performansı, yüksek sosyal

beceriler, daha düşük antisosyal davranışlar ve madde bağımlılığı görülmüştür (Baumrind, 1971, 1978, 1991; Baumrind ve ark., 2010; Dornbusch ve ark., 1987; Steinberg ve ark., 1991).

Otoriter ebeveynler (authoritarian), yüksek talep ve düşük duyarlılık olarak karakterize edilir ve çocuklar ve ergenler arasında en sorunlu psikososyal sonuçlarla ilişkilendirilme eğilimindedir (Bush ve Peterson, 2013). Otoriter ebeveynler, düşmanca kontrol arzusu ile hareket ederek sert cezalar kullanırlar ve çocuklarıyla olan ilişkilerinde asla hoşgörüye yer vermezler (Baumrind, 1971; Hoffman, 1983). Ortak amaçları itaat ve kendilerine uygun çocuklar kazanmak için mutlak standartlar çerçevesinde çocukların davranış ve tutumlarını şekillendirmek ve kontrol etmektir (Bush ve Peterson, 2013).

İzin verici ebeveynler ise düşük talep ve yüksek duyarlılık ile karakterizedir (Baumrind, 1971). Çocuklara yüksek özerklik tanırlar, herhangi bir kural yoktur ve bu da çocukların yaptıkları bir kötü davranış karşısında dahi hemen affedilmeleri ile sonuçlanır (Bush ve Peterson, 2013). Bu ebeveyn yaklaşımının, okul için düşük motivasyon, sapkın akranlarla ilişki kurmayı teşvik etme, davranış problemleri gibi sonuçları olabilir (Baumrind ve ark.,2010; Maccoby ve Martin, 1983). Bunun sebebi çocuklara ebeveynleri tarafından yeteri kadar kuralın ve disiplinin sağlanmamasıdır (Bush ve Peterson, 2013).

İzin verici- ihmalkar ebeveynler, talepleri de duyarlılıkları da düşük olan ebeveynlerdir. İhmalkar ebeveynlerle yaşayan çocuklar, güvenli bir temel sağlayan ebeveyn destekleyiciliği olmadığı için çok fazla özerklik yaşama riski altındadır. İzin verici-ihmalkar evlerde kalan çocuklar, özellikle ergenlik ve genç erişkinlik döneminde sapkın akranlarıyla ilişki kurabilirler. Başka bir konu da, ihmalkar ebeveynlerin çocuklarının, bağlılık bağlarının sürekli bir yeniden olumlaması olan otorite figürleriyle yakın ilişkiler kurma ve/veya sürdürme fırsatlarını sınırlayan ebeveyn yetiştirme yaşamamış olmalarıdır (Baumrind, 2012; Bush ve Peterson, 2013).

Ülkemizde ise ebeveynlik ve çocuk yetiştirme stillerine psikotarihsel açıdan yaklaşan Öztürk'ün (2017; 2020) yanlış çocuk yetiştirme stili olarak fonksiyon gösteren Görünürde Normal Aile Modelleri literatürde önemli bir yere sahiptir. Bu modele göre toplamda sekiz farklı aile modeli vardır ve bu aileler dışarıdan tamamen normal görünmektedir (Öztürk, 2017). Extratensive / dışa dönük aile model içinde dominant bir ebeveyn vardır ve tüm aile kendisinin egoizmi yönetmektedir. Bu ailede yoğun tartışmalar yaşanır ve yakınlık yok denecek kadar azdır. İntroversive / içe dönük aile modelinde ise ebeveynlerin her ikisi de içe dönük olduğundan ev içinde iletişim yetersizdir, duygu alışverişi sınırlıdır ve empati eksiktir. Mixed / karma aile modeli, ebeveynlerden birinin dışa dönük birinin içe dönük olduğu, dominant karakterde olan ebeveyn dolayısıyla aile içinde istismarın ve aile terörünün en çok yaşandığı aile modelidir. Reversible / dönüşebilen aile modeli ise içe dönük ve dışa dönük ebeveynin belirsiz olduğu, aile içi rollerin ve duyguların sürekli değiştiği, aile içinde gerekli iletişimin olmadığı aile modelidir. Dissosiyatif / bölünmüş aileler, yukarıda anlatılan dört aile modelinden biri olmakla beraber, ebeveynlerden birinin mutlaka dissosiyatif olduğu veya subklinik dissosiyatif yaşantıların hakim olduğu aile modelidir. Bu tür ailelerde kutuplaşan ve dönüşümlü roller görülür. Şizoidi aile modeli ise ebeveynlerin sosyal çevre ile iletişimlerinin neredeyse yok denecek kadar az olduğu, tuhaf görünümlü, aile içi iletişimin olmadığı, yoğunlukla ihmal yaşanan ve ebeveynlik rolünü genellikle bir çocuğun üstlendiği aile modelidir. Depressive / melankolik aile modelinde de ebeveynler ve çocukların tamamı depresif bir tutum içerisinde ve sürekli şikayet etme halindedirler. Sürekli kötü şeylerin olacağıyla ilgili beklenti içinde olan ailede katı kurallar söz konusudur. Son olarak narsistik aile modelinde ise ebeveynler kibirli bir yapıdadır. Sürekli olarak abartılı biçimde başarılarından bahsederler ve çocuklarını da bu şekilde abartılı bir özgüven ile yetiştirirler (Öztürk, 2017; 2020).

2.1.4. Ebeveyn Hak ve Sorumlulukları

Ebeveyn sorumluluğu, Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme Md. 18'de (1989) "Ana-baba, çocuğun yetiştirilmesinde ortak ve birinci elden sorumluluk taşımaktadır" şeklinde belirtilmiştir.

Ebeveyn sorumluluğu terimi, Birleşik Krallık'ın 1989 Çocuk Yasası'na göre "Bir çocuğun ebeveyninin çocuğu ile ilgili olarak kanunen sahip olduğu tüm haklar, görevler, yetkiler, sorumluluklar ve yetkiler" olarak tanımlanmıştır ("Child Act 1989", 2020). Ebeveynlerin hak ve sorumlulukları birçok ülkede "Ebeveyn Sorumlulukları ve Hakları Yasası" adı altında kayda geçmiş ve ebeveyn sorumluluğuna girecek olan kişiler belirlenmiştir (örn. Birleşik Krallık, Güney Afrika, İskoçya).

Ülkemizde ise Türkiye Cumhuriyeti Anayasası ve Türk Medeni Kanunu maddeleri ile ebeveyn hak ve sorumlulukları belirlenmiştir. Buna göre her çocuk, korunma ve bakımdan yararlanma, yüksek yararına açıkça aykırı olmadıkça, ana ve babasıyla kişisel ve doğrudan ilişki kurma ve sürdürme hakkına sahiptir (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 2709, 1982, Md. 41). Türk Medeni Kanunu Madde 185'te belirtildiği üzere evlenmeyle eşler arasında evlilik birliği kurulmuş olur. Eşler, bu birliğin mutluluğunu elbirliğiyle sağlamak ve çocukların bakımına, eğitim ve gözetimine beraberce özen göstermekle yükümlüdürler. TMK 336/1 maddesine göre evliliğin devamı süresince anne ve baba velayet sorumluluğunu birlikte kullanırlar. Buna göre; evlilik birliği devam ettiği sürece anne ve baba çocuğun bakım, eğitim, sağlık, disiplin gibi sorumlulukları ile bu konularda onun menfaatine yönelik karar alıp uygulama, maddi ve manevi olarak onu temsil etme görevlerini ortaklaşa kararlar alarak yürütmeli, anlaşmazlıklarda uzlaşı ile çözüm sağlamalıdır (Üner Altuntaş, 2017). TMK 322 maddesine göre ana, baba ve çocuk, ailenin huzur ve bütünlüğünün gerektirdiği şekilde birbirlerine yardım etmek, saygı ve anlayış göstermek ve aile onurunu gözetmekle yükümlüdürler. TMK 327 ve 328 maddeleri uyarınca ise çocuğun bakımı, eğitimi ve korunması için gerekli giderler ana ve baba tarafından karşılanır

ve ana babanın bakım borcu, çocuğun ergin olmasına kadar devam eder. TMK 339 maddesine göre ana ve baba, çocuğun bakım ve eğitimi konusunda onun menfaatini göz önünde tutarak gerekli kararları alır ve uygularlar; çocuk, ana ve babasının sözünü dinlemekle yükümlüdür. Ana ve baba, olgunluğu ölçüsünde çocuğa hayatını düzenleme olanağı tanırlar; önemli konularda olabildiğince onun düşüncesini göz önünde tutarlar. Çocuk, ana ve babasının rızası dışında evi terk edemez ve yasal sebep olmaksızın onlardan alınamaz. Çocuğun adını ana ve babası koyar. Yine TMK 340 maddesine göre ana ve baba, çocuğu olanaklarına göre eğitirler ve onun bedensel, zihinsel, ruhsal, ahlâkî ve toplumsal gelişimini sağlar ve korurlar. Ana ve baba çocuğa, özellikle bedensel ve zihinsel engelli olanlara, yetenek ve eğilimlerine uygun düşecek ölçüde, genel ve meslekî bir eğitim sağlarlar. TMK madde 341'de ise çocuğun dinî eğitimini belirleme hakkının ana ve babaya ait olduğu, ana ve babanın bu konudaki haklarını sınırlayacak her türlü sözleşmenin geçersiz olduğu ve ergin kişinin dinini seçmekte özgür olduğu belirtilmiştir. Ayrıca TMK 342 maddesine göre ana ve babanın, velâyetleri çerçevesinde üçüncü kişilere karşı çocuklarının yasal temsilcisi oldukları belirtilmiştir. Çocuğun korunması ile ilgili olan TMK 346,347 ve 348 maddelerine göre ise çocuğun menfaati ve gelişmesi tehlikeye düştüğü takdirde, ana ve baba duruma çare bulamaz veya buna güçleri yetmezse hâkim, çocuğun korunması için uygun önlemleri alır, çocuğu bir aile yanına veya kuruma yerleştirebilir, bu önlemlerden sonuç alınamazsa velayeti kaldırabilme hakkına sahiptir (Topuzoğlu, Demirkale ve Demir, 2018).

2.1.5. Dijital Ebeveynlik

Dijital ebeveynlik, hem ebeveynlerin çocuklarının dijital medyayla ilişkilerini düzenleme konusunda giderek daha fazla meşgul olduklarını, hem de ebeveynlerin günlük faaliyetlerine ve ebeveynlik uygulamalarına dijital medyayı nasıl dahil ettiklerini açıklayan bir kavramdır (Mascheroni, Ponte ve Jorge, 2018).

Dijital medya, tüketiciler için aynı anda hem yeni öğrenme fırsatları hem de riskler sunan bir platformdur ve özellikle çocuklar ve ergenler dijital risklere karşı korunmasız oldukları için ebeveynlerin dijital yaşamı çocukları için uyarlamada arabuluculuk yaparak onlara yardımcı olmaları beklenmektedir (İnan Kaya, Mutlu Bayraktar ve Yılmaz, 2018). Medyanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya ve arabuluculuk yapmaya çalışırken kullanılan ebeveynlik davranışlarına ve stratejilerine "ebeveyn arabuluculuğu" adı verilir (Clark, 2011). Bu stratejiler sadece kısıtlayıcı kararları, iletişimi ve yorumlama stratejilerini içermemektedir (Nathanson, 1999).

Ebeveynler çocuklarının medya kullanımını ve dijital hayata katılımını etkili bir şekilde kontrol edemedikleri için endişeli hissedebilirler (Nikken ve Opree, 2018). Örneğin 6-14 yaş arası çocuğu olan 6.400 Avrupalı ebeveyn üzerinde yapılan bir çalışmada (Fransa, Almanya, Hollanda, İspanya, Polonya, İtalya, İsveç ve İngiltere'de) ebeveynlerin çocuklarının çevrimiçi deneyimleri hakkında, özellikle şiddet içeren görüntülere, siber zorbalığa, veri takibine, dijital kimlik hırsızlığına ve sağlıksız yaşam tarzları için reklamlara maruz kalması konularında oldukça endişeli olduğu bildirilmektedir (Livingstone ve ark., 2017).

Ebeveyn arabuluculuk stratejileri ilk olarak çocukların televizyon ve video oyunları kullanımını etkileyen potansiyel bir faktör olarak tanımlanmıştır (Benedetto ve Ingrassia, 2020). Literatürde arabulucuk yaklaşımları kolaylaştıran veya öğretici arabuluculuk ve kısıtlayıcı arabuluculuk olarak iki şekilde belirlenmiştir. (Livingstone ve ark., 2017). Kolaylaştırıcı veya öğretici arabuluculuk ebeveynlerin çocuklarının dijital teknolojileri uygun şekilde kullanmasını geliştirmek amacıyla aktif olarak faaliyetlerde bulunmaları olarak tanımlanır: örneğin, ebeveyn yeni bir medya cihazını, uygulamayı veya web sitesini çocuğa nasıl kullanacağını açıklar (Coyne ve ark., 2017). Kısıtlayıcı arabuluculuk ise kurallara ve çocuğun dijital faaliyetlerinin kontrolüne sıkı bir dikkat gösterilmesiyle karakterize edilir; örneğin ebeveynler, çocuğun tabletini ne zaman alabileceğine ne zaman bırakacağına veya

çocuk akıllı telefonu kullandığında ne yapacağına kendisi karar verir ve çocuğun kullandığı cihazlarda çocuğun faaliyetlerini kontrol etmek için yazılım uygulamalarını veya filtreleri kullanarak teknik kısıtlamalar getirir (Benedetto ve Ingrassia, 2020).

2.2. Sosyal Medya

2.2.1.Sosyal Medya Kavramı ve Tarihçesi

1969 yılında Amerika Savunma Bakanlığı'nın araştırma ve geliştirme kolu tarafından bilgisayar ve askeri araştırma projelerini desteklemek için tasarlanan ARPANET, üniversitelere, devlet kurumlarına, ticari ve kişisel dünyaya girip büyümesiyle internet adını almıştır (Gönenç, 2003). Gün geçtikçe geliştirilen ve hızlandırılan internet, veri tabanlarına ulaşmak, kütüphaneye erişmek, hemen hemen her konuda var olan web siteleri aracılığıyla bilgi edinmek, farklı yollarla iletişim kurmak, oyun oynamak, film, video ve televizyon izlemek, müzik dinlemek, çevrimiçi alışveriş yapmak, bankacılık hizmetlerini yönetmek, çevrimiçi araştırmalar yapmak ve ticari reklam vermek için geniş bir alan sağlar (Jones, 2005).

Sosyal medya kavramı esasen Web 1.0'ın pasif kullanıcı konumunun Web 2.0'de aktif kullanıcı konumuna dönüşmesiyle ortaya çıkmıştır, çünkü sosyal medya uygulamalarının altyapısı olan Java, Adobe gibi uygulamalar hayatımıza Web 2.0 ile girmiştir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Sosyal medya, bireysel, grup veya kurumsal olabilen kullanıcı tarafından özel profil ve içerik oluşturulmasına, diğer profillerle iletişim kurulabilmesine, üretilen içeriklerin yayılıp, değiştirilmesine olanak tanıyan internet tabanlı bir uygulama grubudur ve elektronik iletişim aracı anlamına gelir. (Obar and Wildman, 2015; O'Reilly, 2007). Bugün anladığımız şekliyle sosyal medya, Bruce ve Susan Abelson'ın, çevrimiçi günlük yazarlarını tek bir toplulukta bir araya getiren sosyal ağ sitesi olan "Open Diary" i kurmasıyla 1990'ların sonuna doğru ortaya çıkmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Yüksek hızlı internet erişiminin mevcudiyeti, popülerliği daha da artırarak 2003'te MySpace, 2004'te Facebook gibi sosyal ağ

sitelerinin oluşturulmasına yol açmış ve "Sosyal Medya" teriminin icat edilmesine zemin hazırlamıştır (Kaplan ve Haenlein, 2009).

2.2.2. Sosyal Medyada İletişim Araçları

Sosyal medyada Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Whatsapp, Telegram gibi insanların birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayan mecralar bulunmaktadır. Whatsapp, Telegram, BİP gibi mesajlaşma uygulamaları birebir veya gruplarla kapalı biçimde iletişim kurulan sahalardır. Mesajlaşma uygulamaları haricinde kalan diğer uygulamalar ise istendiği takdirde evrenselleşebilir ve dünyadaki herkesle, herkese açık biçimde iletişime geçilebilir. Sosyal medyanın kullanıcı kitlesine ve değişen ihtiyaçlara göre her geçen gün yeni bir platform kurulmakta ve kullanıcılar bu duruma kolaylıkla uyum sağlamaktadır. Örneğin 2020 yılı Aralık ayında kurulan ve ülkemizde de 2021 yılının Şubat ayında oldukça popüler olan Clubhouse uygulaması, sadece davetiyelerle katılımın sağlanabildiği belli bir konu üzerine odaklanan odalarda, sesli mesajlarla iletişim sağlanabilen bir sosyal medya uygulamasıdır (Clubhouse, 2021).

Şu an çok popüler olan ve erkek, kadın, çocuk, anne, baba, arkadaş gibi her rolden çok fazla kullanıcı sayısına sahip olan uygulamalar aşağıda listelenmiştir.

2.2.2.1. Facebook

Facebook, üyelerin birbirleriyle iletişim kurabildikleri, okul, iş yeri gibi kategorik değişkenlere göre birbirlerini bulabildikleri, istedikleri içerikleri üretip birbirleriyle paylaşım yapabildikleri bir sosyal medya aracıdır. Aynı zamanda Messenger uygulaması ile üyelerin birbirlerini sesli veya görüntülü araması da mümkün hale gelmiştir (Yüce, 2020).

Facebook, Harvard Üniversitesi'nde öğrenim gören Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz ve Eduardo Saverin tarafından Harvardlı öğrenciler için 2004 yılında kurulmuştur. Amacı Harvard Üniversitesi öğrencilerinin isim-soyisim ve fotoğraflarının olduğu bir rehber

oluşturmaktır. Fakat çevrimiçi olarak yayınlandığında sadece Harvard öğrencileri değil MIT, Stanford Üniversitesi, Boston Üniversitesi gibi okulların öğrencileri de kaydolmuştur ve kısa sürede üye sayısı 1 milyona ulaşmıştır. 2006 yılı Eylül ayında ise site 13 yaş üzeri tüm kişilere açık hale gelmiş, üye sayısı yaklaşık olarak 12 milyonu bulmuştur. Şu an dünyanın en önemli şirketlerinden biridir (Özkök, 2019).

2.2.2.2. Instagram

Mobil fotoğraf ve video çekme ve paylaşma hizmeti sunan Instagram, son yıllarda hızla popülerleşen bir sosyal medya aracı haline gelmiştir. Kullanıcılara, akıllı telefonlarını kullanarak çokça efekt ve filtre ile anlık olarak resim veya video çekip arkadaşlarıyla paylaşmak için bir yol sağlar. Ayrıca, kullanıcıların resimleri ve videoları açıklamak için "#" sembolünü kullanarak etiket (hashtag) eklemelerine ve "@" kullanarak diğer kullanıcıları etiketlemelerine veya bunlardan bahsetmelerine olanak tanır (Hu, Manikonda ve Kambhampati, 2014). Kullanıcılar, yayınladıkları fotoğraf ve videoların sadece kullanıcının onayladığı takipçilerine açık olacak şekilde ayarlayabilirler. Fakat varsayılan olarak, görüntüler ve videolar herkese açıktır, yani Instagram uygulamasını veya Instagram web sitesini kullanan herkes tarafından paylaşılan fotoğraflar ve videolar görülebilir (Hu, Manikonda ve Kambhampati, 2014).

2.2.2.3. Twitter

Twitter 2006 yılında kurulan bir mikroblog sitesidir. Kullanıcılar, istedikleri yazı, fotoğraf, video gibi içerikleri takipçileri ile paylaşabilir ve takip ettikleri hesapların içeriklerini görebilir ve yorum yapabilirler (Kaplan ve Haenlein, 2011). Başlangıçta yazılar için 140 karakter sınırı koyan Twitter, karakter sınırını Kasım 2017'de 280'e çıkartmıştır (Kemeç, 2020). Ayrıca kullanıcıların ilgilendikleri konuları veya konuşmaları aramasına izin vermek için bir anahtar kelimenin önüne bir etiket (hashtag (#)) yerleştirilmekte ve o etikete tıklayan herkes o içeriği görüntüleyebilmektedir. (Kemeç, 2020).

2.2.2.4. TikTok

TikTok, çoğu çocuklar ve gençler olmak üzere 1,5 milyar aktif kullanıcıdan oluşan büyük bir kitleyi çeken, günümüzün en hızlı büyüyen uygulamasıdır (Mediakix, 2020). Çinli bir şirket olan ByteDance tarafından geliştirilen TikTok, kullanıcıların çeşitli özelliklerle 60 saniyeye kadar videolar yüklemelerine olanak tanımaktadır (Weimann ve Masri, 2020). Çoğunlukla kısa dans, komedi ve yetenek videoları oluşturmak için kullanılır. TikTok, uygulamayı kullanmanın basitliği nedeniyle pratik olarak herkesin bir içerik üreticisi olmasını sağlamaktadır. Bu yüzden dünyadaki pek çok genç kullanıcıya hitap eder (Weimann ve Masri, 2020).

2.2.2.5. Pinterest

Pinterest, Mart 2010'da beta site olarak piyasaya sürüldü, 2011'in sonlarında önemli bir kamuoyu edindi ve medyanın ilgisini çekti. Şu anda ABD'de en popüler sosyal ağların içinde yer alan Pinterest, dijital görüntü ve videoları toplama ve bunları bir panoya sabitleme etkinliği olarak inşa edilmiştir (Hall ve Zarro, 2012).

Pinterest sosyal ve şeffaf bir sitedir; kullanıcı adları, profiller, panolar ve pinler diğer kullanıcılar ve internette gezinen tüm kullanıcılar tarafından görüntülenebilir. Kayıtlı Pinterest kullanıcıları, diğer kullanıcıların faaliyetlerini veya belirli panoları takip edebilirler, yorum yazabilirler veya diğer panoları görüntüleyebilirler (Hall ve Zarro, 2012).

2.2.2.6. LinkedIn

LinkedIn ağı dünyada 610 milyondan fazla profesyonele hizmet vermektedir. LinkedIn üyeleri, profesyonel kariyerlerini yönetmek ve geliştirmek için LinkedIn'i kullanır. Bu bağlamda LinkedIn kullanıcıları profesyonel profillerini yönetmek, başkalarıyla bağlantı kurmak, bağlantılarını düzenlemek, yeni kurslar öğrenmek, makaleler okumak, iş ilanlarına göz atmak ve diğer kişileri aramak gibi işlemler gerçekleştirebilmektedirler (Yan ve ark., 2019).

2.2.2.7. WhatsApp

WhatsApp birçok ülkede akıllı telefonlar ve bilgisayarlar için en önemli ve en popüler anlık mesajlaşma uygulaması olarak kullanılmaktadır (Sánchez-Moya ve Cruz-Moya, 2015; Montag, Błaszkiewicz, Sariyska ve ark., 2015). WhatsApp, kullanıcılarının metin veya sesli mesajlar, fotoğraflar ve videolar yoluyla iletişim kurmasına, bağlantılar, dosyalar ve konum paylaşımına izin verir (Jakhar, Kaul ve Kaur, 2020).

2.2.3. Sosyal Medya Kullanım Sıklıkları

Sosyal medya terimi, kullanıcıların sosyal ağlara bağlanmasına ve katılmasına izin veren web siteleri veya uygulamaları ifade eder (Solomon, 2016). 2020 yılı Ekim ayında sunulan rapo5ra göre, 5,20 milyar mobil telefon kullanıcısı, 4,66 milyar internet kullanıcısı, 4,14 milyar aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Aktif olarak sosyal medya kullananların sayısı dünya nüfusunun %53'ünü oluşturmaktadır (We Are Social, 2020).

Sosyal medya kullanıcılarının %99'u sosyal medyaya mobil telefonlarından erişim sağlamaktadır. En çok kullanılan sosyal medya platformları 2,701 milyar kullanıcısı ile Facebook, 1,165 milyar kullanıcısı ile Instagram, 689 milyon kullanıcısı ile TikTok, 676 milyon kullanıcısı ile LinkedIn, 416 milyon kullanıcısı ile Pinterest ve 353 milyon kullanıcısı ile Twitter'dır (We Are Social, 2020). Sosyal mesajlaşma uygulamalarında en çok tercih edilen ise 2 milyar kullanıcıya ulaşan WhatsApp'tır.

2.2.3.1. Türkiye'de Sosyal Medya Kullanım Sıklığı

2020 yılında yine We Are Social tarafından açıklanan rapora göre Türkiye'de nüfusun %92'si mobil telefon kullanıcısı, %74'ü ise internet kullanıcısıdır. Aktif olarak sosyal medya kullanan kişiler ise nüfusun %64'ünü oluşturmaktadır. Sosyal medya kullananların %51'i kadın, %49'u erkek kullanıcılardır. Sosyal medya kullanım yaş ortalaması 31,5'tur (We Are Social, 2020).

Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya uygulaması 15 milyon kadın, 23 milyon erkek olmak üzere toplamda 38 milyon kullanıcı ile Instagram'dır. Instagramı 36 milyon kullanıcı ile Facebook izlemektedir. Facebook kullanıcılarının 11 milyonu kadın, 25 milyonu erkektir (We Are Social, 2020). Son zamanlarda ülkemizde oldukça popüler olan uygulamalardan TikTok'un kullanıcı sayısı ise 2020 yılı itibariyle yaklaşık olarak 35 milyona yükselmiştir (Dijital Düşün Derneği, 2020). Ülkemizde Twitter kullanıcı sayısı 11 milyon kişidir. Bunun 3 milyonu kadın, 8 milyonu erkek kullanıcılardır (We Are Social, 2020). Pinterest kullanıcı sayısı ise 9 milyona yakındır (Dijital Düşün Derneği, 2020). Linkedin kullanıcı sayısı ise yaklaşık 7 milyondur. Bunun 2 milyonunu kadın, 5 milyonunu ise erkek kullanıcılar oluşturur (We Are Social, 2020).

Sosyal mesajlaşma uygulamaları da ülkemizde sık kullanılan platformlardır. Ülkemizde 1 Ocak 2021 tarihinde kullanıcılara sunulan Gizlilik Politikası sebebiyle kullanıcı kaybı yaşamasına rağmen Whatsapp yaklaşık olarak 40 milyon kullanıcısı ile Türkiye'de en çok kullanılan sosyal mesajlaşma uygulamasıdır (Kartal, 2021).

2.2.4. Dijital Ayak İzi

Dijital ayak izi, basit bir deyişle, kullanıcının çevrimiçi olarak aradığı, kullandığı veya paylaştığı verilerle ilgili bıraktığı veri izidir (Arakerimath ve Gupta, 2015). İster basit bir metin ister resim, ses, video vb. olsun, doğrudan veya dolaylı olarak çevrimiçi paylaşılan herhangi bir şey dijital olarak bırakılan izler takip edilerek paylaşan kişiye kadar izlenebilmektedir.

Dijital ayak izleri, yalnızca içerik üretimi ve paylaşımı yoluyla aktif katılımın ürünü değildir, aynı zamanda algoritmalar veya diğer internet kullanıcıları tarafından pasif olarak da oluşturulabilir (Micheli, Lutz ve Büchi, 2018). Aktif dijital ayak izi bir kullanıcı kendisi hakkında bilgi paylaşmak amacıyla kişisel verilerini isteyerek yayınladığında oluşturulur. Burada veriler açık bir şekilde sağlanır ve bu tür verilerin şirketler tarafından toplandığından

haberdardır (Arakerimath ve Gupta, 2015). Örneğin, çevrimiçi bir ortamda, bir kullanıcı bir sosyal ağ profili oluşturduğunda, bir gönderi paylaştığında veya herhangi bir şey hakkında yorum yaptığında, kullanıcı kendisinin aktif dijital ayak izini yaratır (Arakerimath ve Gupta, 2015). Pasif dijital ayak izi ise kişinin kontrolü dışında gerçekleşen, veri toplandığının farkında olmayarak bir platforma dahil olmasıdır (Micheli, Lutz ve Büchi, 2018). Örneğin, çevrimiçi bir ortamda, bir kullanıcı herhangi bir web sitesine her göz attığında, web siteleri kullanıcının IP adresi aracılığıyla coğrafi konumunu izleyebilmektedir. (Arakerimath ve Gupta, 2015).

Sosyal medya platformları, çevrimiçi içerik oluşturma olarak görülmeyen ancak dijital ayak izlerine katkıda bulunan beğenme, favorilere ekleme, takip etme gibi eylemleri teşvik etmektedir (Micheli, Lutz ve Büchi, 2018). Ayrıca tarama geçmişleri, arama sonuçları, satın alma geçmişleri ve coğrafi konum bilgileri, kullanıcılar gizlese bile dijital ayak izlerine katkıda bulunan diğer hassas veri türleridir ve platform algoritmaları, bu tür verileri oluşturmada çok önemli bir işleve sahiptir (Sandvig ve ark., 2014). Bu algoritmalar kullanıcıları yalnızca kişisel veriler sağlamaya teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda kullanıcıların çevrimiçi olarak gerçekleştirdiği her işlemden dijital izler oluşturur (Arakerimath ve Gupta, 2015). Dijital ayak izleri uygun yöntemlerle analiz edildiğinde bir internet kullanıcısının tam olarak doğru bir profilini sunmakta ve bu veriler reklamcılık veya davranış tahminleri gibi alanlarda kullanılmaktadır (Micheli, Lutz ve Büchi, 2018). Ayrıca birçok işveren ve kuruluş, işe alımlarda ilgili pozisyonlara adayların uygunluğunu ve kimliğini doğrulamanın bir yolu olarak dijital ayak izlerini kullanmaktadır (Buchanan ve ark, 2017).

2.3. Sharenting Davranışı

2.3.1. Sharenting Kavramı

Sharenting, sharing (paylaşım) ve parenting (ebeveynlik) kelimelerinin birleşiminden oluşan (Urban Dictionary, 2021) kısaca ebeveynlerin kendileri ve çocukları hakkında çevrimiçi

bilgi paylaşmasını ifade eden bir terimdir (Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Sharenting, Collins Dictionary tarafından "bir ebeveynin çocukları hakkında birçok ayrıntılı bilgiyi iletmek için sosyal medyayı düzenli olarak kullanması" olarak tanımlanmıştır. Urban Dictionary ise sharentingi "ebeveynlerin çocuklarının bilgilerini, resimlerini ve özel anlarını çevrimiçi ortamda paylaşması" olarak tanımlamıştır. Türkçede sharenting kavramı birkaç yerde paylaşanababalık olarak çevrilse de bu çevirinin tam olarak sharenting kavramını karşılamadığı düşünülmektedir (Astam ve Pınarbaşı, 2020; Erişir ve Erişir, 2018). Günüç (2020) ise çalışmasında sharentingi "paylaşan ebeveynlik" olarak çevirmiştir.

Sharenting davranışının sıklıkla veya aşırı derecede yapıldığını belirtmek için ise over-sharenting terimi kullanılmaktadır (Serçemeli, 2020). Over-sharenting davranışı, sosyal medyada daha çok kişisel ayrıntılar, fotoğraflar, görüntüler ve bilgiler paylaşılmasıdır ve bu durum çocuk büyüdüğünde daha utanç verici bir hal alabilmektedir (Clark ve ark., 2015).

2.3.2. Sharenting Davranışının Tarihçesi

Sharenting kavramı hayatımıza sosyal medyanın popülerleşmesi ile girmiş olsa da çocuklarla ilgili bilgileri paylaşma davranışı ve çocukların tarihi kayıtlara geçmesi çok eskilere dayanmaktadır (Ahioğlu-Lindberg, 2012). Kumar (2019), sharenting davranışının yeni bir uygulama olmadığını, insanların yüzyıllardır günlük hayatlarını, günlükleri, not defterlerini ve bebek seyir defterlerini kullanarak kaydettiklerini tespit etmiştir. Ayrıca üretilen bebek kitapları gibi ürünler de ebeveynleri çocukları hakkındaki bilgileri kaydetmeye yöneltmiştir. Çocukların yaşamları uzun yıllar boyunca ebeveynlerinin yorumladığı şekliyle kayıtlara geçmiştir (Ahioğlu-Lindberg, 2012).

Humphreys (2018), insanların yaşamları boyunca çocuk, eş, ebeveyn, arkadaş, meslektaş gibi pek çok rolü üstlendiğini ve bu rolleri gerçekleştirmenin bir yolunun onları belgelemek olduğunu savunmaktadır. Daha sonrasında bu izlere dönüp bakmanın, insanların

benlik duygusunu şekillendirmesine, tutarlı bir yaşam öyküsü oluşturmasına ve başkalarına bağlı hissetmesine yardımcı olabileceğini düşünmektedir. Ayrıca on sekizinci yüzyılda kullanılmaya başlanan cep günlüklerinin, şu an kullanılan akıllı telefonlar gibi günlükçünün hayatını gerçek zamanlı olarak kaydetmesine olanak tanıdığını ve bu günlüklerin genellikle aile ve arkadaşlarla paylaşılmak üzere yazıldığını belirtmiştir (Humphreys, 2018).

Sharenting kavramı, Michigan Üniversitesi C.S. Mott Çocuk Hastanesi tarafından 2015 yılında yapılan ulusal bir anket sonucunda, ebeveynlerin çocukları hakkında çevrimiçi çok fazla bilgi paylaştığı ortaya konunca popüler hale gelmiştir (Choi ve Lewallen, 2018). Bu rapora göre, 18 yaş altındaki çocukların annelerin %84'ünün ve babaların %70'inin Facebook gibi sosyal medya araçlarını, çevrimiçi forumları veya blogları kullandıkları, babaların %34'ü ve annelerin %56'sı sosyal medyada çocuk sağlığı ve ebeveynlik konularını tartıştığı ortaya konmuştur (Clark ve ark., 2015). Buna karşılık, ebeveynlerin %68'inin çocukları hakkında özel bilgileri paylaştığı, %67'inin çocuklarının fotoğraflarını paylaştığı bulgulanmıştır. Ayrıca ebeveynlerin %52'si, çocuklarının büyüdüğünde sosyal medyada paylaştıkları fotoğraflar nedeniyle utanmasından endişe duyduğu belirtilmiştir. Aynı çalışmada sosyal medyayı kullanan ebeveynlerin, çocuğu hakkında uygunsuz fotoğraflarını, konumunu paylaşan ve çocuğu hakkında çokça kişisel bilgi sunan başka bir ebeveyni takip ettikleri de ortaya konmuştur (Clark ve ark., 2015).

Yine 2015 yılında, İngiltere'de bulunan Family Online Safety Institute (FOSI) tarafından 6-17 yaş arası çocuğu olan 589 ebeveyn ile çalışılmıştır. Araştırma sonucunda "Ebeveynler, Gizlilik ve Teknoloji Kullanımı" raporuna göre, sosyal ağ hesabı olan ebeveynlerin yaklaşık %20'sinin, çocuğunun gelecekte utanç verici bulabileceği bir bilgiyi çevrimiçi ortamda paylaştığı bulgulanmıştır. Ayrıca, her on ebeveynden birinin çocuğu, ebeveyni tarafından çevrimiçi olarak yayınlanan bazı bilgileri kaldırmasını istemiştir (Family Online Safety Institute, 2015).

2.3.3. Sharenting Davranışının Sebepleri

Ebeveynler için sharenting davranışı, anne babalığın zorluğu hakkında konuşmanın, öneri sunmanın, tavsiye, onay ve destek almanın bir yolu olarak görülmektedir (Verswijvel ve ark., 2019). Brosch'a (2016) göre ebeveynliğin erken dönemi sosyal izolasyona neden olmakta ve dijital araçlar bu zamanı daha rahat geçirme imkânı vermektedir. Bu nedenle ebeveynler ebeveynlik görevlerini yerine getirebileceklerini beyan etmeleri, ebeveynliklerinin onay görmesi ve kendilerini başkalarıyla sosyal statü ve yaşam deneyimi gibi konularda karşılaştırmak için çocuklarının fotoğraflarını paylaşmakta sakınca görmemektedir. (Brosch, 2016). Clark ve arkadaşları (2015) 4 yaş altı çocuğu bulunan annelerin %56'sının, babaların ise %34'ünün ebeveynlik konularında bilgi paylaşmak ve tartışmak için sosyal medyayı kullandıklarını öne sürmüştür. Bazı araştırmacılar özellikle annelerin sosyal medyayı ve sharenting davranışını daha fazla kullanmalarını, sosyal destek duygusuna daha fazla ihtiyaç duymalarına bağlamıştır (Jang ve Dworkin, 2014; Bartholomew ve ark., 2012). Bartholomew ve arkadaşları (2012) yaptıkları çalışmada, çocuklarını paylaştıkları fotoğrafa arkadaşları tarafından yorum yapılan annelerin daha fazla sosyal destek hissettiğini ortaya konmuştur. Sosyal destek özellikle ebeveynliğe geçiş sürecinde önem taşımaktadır. Araştırmacılar, sosyal desteğin eşler arasındaki ve ebeveyn-çocuk arasındaki iletişimin kalitesini arttırdığını, ebeveynlik stresini azalttığını ve ebeveynlikten duyulan memnuniyeti arttırdığını bulgulamıştır (Salmela-Aro ve ark., 2010; McDaniel ve ark., 2012).

Aynı zamanda ebeveynlerin sharenting davranışını, arkadaşlarının ve ailesinin çocuklarından uzak kalmaması ve sürekli iletişimde kalması için kullandıkları belirtilmiştir (Wagner ve Gasche, 2018). Estonya'da 1000 kişilik veri grubu ile gerçekleştirilen bir anket sonucunda, ebeveynlerin aileleri ve arkadaşları ile iletişim kurarken çoğu kez çocuklarıyla ilgili paylaşımda bulundukları yani sharenting davranışı sergiledikleri ortaya konmuştur (Sukk ve Soo, 2018). Blum-Ross ve Livingstone (2017) ise ebeveynlerin sosyal medyalarını bir fotoğraf

albümü olarak kullandıklarını ve anı biriktirmek için çocuklarının fotoğraflarını paylaştıklarını belirtmiştir. Humphreys (2018) ise ebeveynlerin çocukları hakkında sosyal medyada bilgi paylaşmalarını, bireylerin günlük yaşamlarını belgelemek için kullandıkları bir "medya muhasebesi" biçimi olduğunu öne sürmüş ve "medya muhasebesinin" bir bireyin benlik ve kimlik duygusu için önemli olduğunu vurgulamıştır.

Sharenting davranışı kapsamında paylaşılan fotoğrafın içeriklerine dair birçok araştırma yapılmıştır. Kumar ve Schoenebeck (2015) tarafından yapılan araştırma, sosyal medyada ebeveynlerin genellikle çocuklarının dört tür fotoğrafını paylaştığını göstermektedir: önemli anlar (örneğin, ilk diş çıkarma, ilk adımlar), aile ve arkadaşlar ile vakit geçirilen anlar (örneğin tatiller), çocukların sevimli göründüğü anlar (örneğin bebeklik fotoğrafları) ve çocukların komik göründüğünü düşündükleri anlar (örneğin yemek yerken ortaya çıkan kirli görüntüler). Brosch (2016) ise 8 yaş altı çocuğu olan ebeveynlerle Facebook üzerinde yaptığı çalışmasında, paylaşılan fotoğrafların %95,6'sını günlük yaşam faaliyetlerinin (oyuncaklarla oynamak, uyumak, yemek yemek veya diğer aile üyeleriyle geçirilen vakit), gezilerin, tatil sırasında çekilmiş fotoğrafların ve özel etkinliklerin(okuldaki ilk gün, doğum günü partisi, yılbaşı kutlaması vb.) oluşturduğunu bulgulamıştır. Bu kategorideki birçok fotoğrafın bebeğin yüz ve vücut hareketlerine odaklandığı da ortaya konmuştur. Ebeveynlerin %67,3'ü, çocuklarının en az bir utanç verici olarak adlandırılabilecek fotoğraflarını paylaşmışlardır. Utanç verici fotoğrafları dört kategoriye ayıran Brosch (2016), paylaşılan 411 çocuk fotoğrafından, genellikle plaj veya banyoda çekilmiş olan çocukların 117'sinin çıplak, 294'ünün yarı çıplak olduğu, 182'sinin ebeveynleri tarafından komik bulunan fakat çocuklar için rahatsız edici olabilecek lazımlıkta otururken, ağlarken, garip bir pozisyonda uyurken çekilen fotoğraflar olduğu ve 117'sinin genellikle yemek yedikten sonra yüze bulaşan çeşitli yiyeceklerin oluşturduğu kirli görüntülü fotoğraflar olduğunu bulgulamıştır.

2.3.4. Sharenting Davranışının Olumlu ve Olumsuz Sonuçları

Ebeveynlerin sharenting davranışı için olumlu sosyal destek alma, fikir alışverişinde bulunma gibi motivasyonları olabilir fakat bununla birlikte, ebeveynler çocukları hakkında çok fazla bilgi, özellikle uygunsuz veya tanımlayıcı bilgiler paylaştığında, sharenting tehlikeli bir uygulama olabilmektedir (Nottingham, 2019). Araştırmacılar çağdaş çocuğun teknolojik süreçlerle giderek daha fazla izlenen, analiz edilen ve manipüle edilen bir dünyada büyüdüğünü savunmaktadır (Willson, 2018). Çocukların verilerinin elde edilmesi ise ebeveynlerin kullandıkları dijital uygulamalara bağlıdır (Siibak ve Traks, 2019). Çelişkili bir şekilde ebeveynler ise bilgi paylaşımında bulundukça toplumun gözünde iyi bir ebeveyn olarak görüneceğini düşünmektedir (Damkjaer, 2018).

Sharenting, bir çocuğun duygusal olarak zarar görmesine neden olabilir. Ebeveynler çocuklarına ne yiyecekleri ne giyecekleri gibi birçok konuda seçim hakkı verse de sosyal medyada çocuklarının izni olmadan ve çocukları hakkında bilgiler içeren bir şeyler paylaştıklarında, aslında bu durumun çocukların mahremiyetlerine, fikirlerine ve çocukların beden sahipliği duygusuna saygı göstermemek olduğu belirtilmiştir (Rymanowicz, 2018). Önemli sayıda ebeveynin çocuklarının mahremiyetiyle ilgili konuları dikkate almadan sıklıkla paylaşımda bulunduğunu göstermektedir (Maraşlı ve ark., 2017). Bir bebek veya küçük bir çocuk sharenting davranışının farkında olmasa da anlayabilecek kadar büyüdüğünde bundan zarar görebilmektedir, bu nedenle sharentingin olumsuz etkileri, görsellerin veya bilgilerin sosyal medyada yayınlandığı anda hemen ortaya çıkmayabilir (Nottingham, 2019). Ayrıca, ebeveynler internet üzerinden çocuklarını utandırmak veya onları cezalandırmak için küçük düşürücü gönderiler paylaştıklarında da çocuklar duygusal zarar görmüş olurlar (Kinghorn, 2018). Ebeveynlerin yaptıkları bu tarz paylaşımların, özellikle videoların çok sayıda görüntülendiği ortaya çıkmıştır (Nottingham, 2019).

Ebeveynlerin çocukları hakkında paylaştığı bilgiler, çocukların dijital ayak izlerini bırakmak demektir (Steinberg, 2017). Bu sayede belki de çocuklar daha doğmadan ve çevrimiçi dünyada aktif hale gelmeden önce çevrimiçi bir kimliğe sahip olmaktadırlar (Steinberg, 2017; Maraşlı ve ark., 2016). 2010 yılında ABD, Kanada, Avustralya, Yeni Zelanda, Japonya, Fransa, Birleşik Krallık, Almanya, İtalya ve İspanya'da gerçekleştirilen AVG şirketinin anket bulgularına göre 2 yaş altı her 100 çocuktan 81'inin halihazırda ebeveynleri tarafından oluşturulmuş dijital ayak izleri bulunmaktadır.

Çocuklar hakkındaki bilgiler, genellikle pazarlama amacıyla şirketler tarafından toplanabilir, henüz küçük bir çocukken açığa çıkan bu bilgiler kaydedilebilir ve çocuk bir yetişkin olana kadar saklanabilir (Nottingham, 2019). Ayrıca bir ebeveyn, çocuğu hakkında çevrimiçi olarak belirli bilgileri yayınladığında (çocuğun adı, yaşı, okula gittiği yer, oynadığı alanlar vb.), bu bilgiler çocuğa erişmek isteyen kişilerin kullanımına açık hale gelmektedir ve paylaşılan masumane fotoğraflar veya videolar, pornografik veya kötü amaçlı sitelerde yayınlanabilmektedir (Fisher ve Taub, 2019). Aynı zamanda, ebeveynler, profillerini gizleseler ve sadece tanıdıklarına paylaşım yapsalar bile bu gönderilere kimin erişimi olduğunu veya bir başkasının onu nasıl kullanacağını kontrol edememektedir. Kimlik bilgilerinin açığa çıkması, bir çocuğu dijital kaçırılma riskiyle karşı karşıya bırakabilir. (Rymanowicz, 2018; Haelle, 2016). Dijital kaçırma, bir kişinin hesabına, kişisel bilgilerine veya o kişinin fotoğraflarına erişip kopyalaması ve bu verileri kendi verileriymiş gibi paylaşmasıdır (Astam ve Pınarbaşı, 2020). Genellikle küçük çocuklar için gerçekleşen dijital kaçırma, başka insanların, bir çocuğun ebeveyni tarafından paylaşılan fotoğrafları kopyalayıp, kendi çocuğuymuş gibi paylaşması şeklinde gerçekleşir (Astam ve Pınarbaşı, 2020; Nottingham, 2019).

Sosyal medya artık ekonomik açıdan çok önemli ve rekabetin her gün daha da arttığı bir platform haline gelmiştir. Bazı mikro-ünlü ebeveynler, yani bloglar, web kameraları veya sosyal medya sayesinde tanınan ebeveynler, 'instamomlar' veya 'instadadler', popülerliklerini

artırmak, takipçi sayılarını yükseltmek ve yeni izleyici kitlesi elde etmek için sosyal medya paylaşımlarına çocuklarını dahil etmektedirler (Nottingham, 2019; Marwick, 2016). Sosyal medya paylaşımları sayesinde para kazanan veya oyuncak, bebek bezi, bebek maması gibi ürünler elde eden mikro-ünlü ebeveynler, bu paylaşımları kendi çıkarları doğrultusunda yaptıkları için çocukların burada sömürü öznesi olarak kullanıldığından söz edilebilmektedir (Nottingham, 2019).

2.3.5. Sharenting Davranışının Adli Bilimsel ve Hukuki Boyutları

Sosyal medyada çocukların özel görüntülerinin yer aldığı fotoğrafların ve bilgilerin paylaşılması çocukların mahremiyetini ihlal etmektedir (Duygulu, 2019). Bu durum uluslararası ve ulusal hukuk çerçevesinde düzenlenmiş olan çocuk haklarını da ihlal etmek demektir (Serçemeli, 2020).

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi'nde belirtildiği üzere istisnasız bütün çocukların yaşam, gelişme, isim ve vatandaşlık alma, kimliğin korunması, ifade özgürlüğü, düşünce, vicdan ve din özgürlüğü, özel yaşantının korunması, suistimal ve ihmalden korunma, sağlık ve eğitim hizmetlerinden yararlanma gibi hakları vardır. Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi Madde 12 kapsamında "çocuk, görüşlerini serbestçe ifade etme, kendisini ilgilendiren herhangi bir konu ya da işlem sırasında görüşlerinin dikkate alınmasını isteme hakkına sahiptir". Sharenting davranışı, birçok araştırmada da bulgulandığı gibi çocukların rızası olmadan gerçekleşmektedir. Bu durumda çocukların görüşlerinin alınmadığı her paylaşım, çocuk haklarının ihlali sayılabilir.

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi Madde 16'ya göre "Hiçbir çocuğun özel yaşantısına, aile, konut ve iletişimine keyfi veya haksız bir biçimde müdahale yapılamayacağı gibi onur ve itibarına da haksız olarak saldırılamaz". Araştırmalar çok sayıda ebeveynin, çocuklarının mahremiyetiyle ilgili konuları dikkate almadan sıklıkla paylaşımda bulunduğunu

göstermektedir. Bu paylaşımlar bazen çocuklar için utanç verici olabilir. Hatta ebeveynler de çocuklarının büyüdüklerinde paylaştıkları fotoğraflardan utanmasından endişe duymaktadır (Clark ve ark., 2015). Bu durumda sharenting davranışının çocukların özel yaşantısının ihlal edilmesi bakımından ve paylaşımlardan ötürü ileride meydana gelebilecek onur ve itibarına saldırılar bakımından çocuk haklarına aykırı olduğu söylenebilir. Bu paylaşımları çocuğun ebeveyninin yapıyor olması bu gerçeği değiştirmemektedir. Velayet hakkı beraberinde ebeveynler için çocuğa bakma, çocuğu koruma, çocuğun yerleşim yerini belirleme, çocuğa ad verme, çocuğun yeteneklerine uygun mesleki eğitimi ve dini eğitimini verme, çocuğu üçüncü kişilere karşı temsil etme ve çocuğun fiil ehliyetini yönetme gibi hak, görev ve sorumluluklar getirir (Arslan Öncü, 2019). Kumar ve Schoenebeck (2015) günümüz ebeveynlerinin çocuklarının çevrimiçi olarak da mahremiyetini ve kimliklerini idare etme rolünü üstlenmeleri gerektiğini belirtmiştir. Yani ebeveynler artık çocukları hakkında çevrimiçi olarak neyin paylaşılmasının uygun olduğuna karar vermelidir. Ayrıca ebeveynler, ailelerinin ve arkadaşlarının da bu kurallara saygı duymasını ve uygulamasını sağlamak durumundadır. Sorensen (2016) bu konuda daha sert bir tutum göstererek, ebeveynlerin çocuklarının mahremiyetini tam olarak koruması gerektiğini ve bu nedenle çocuk bir yetişkin olarak kendini ifşa etmeyi veya ifşa etmekten kaçınmayı seçinceye kadar herhangi bir kişisel ayrıntı ve bilgiyi ifşa etmemesi gerektiğini iddia etmektedir. Naab (2019) ise yasalara uygun olarak ebeveynlerin çocuklarının mülklerini yönetebilmesi, yaptıkları faaliyetlere yön vermesi, yani onların bir nevi vekilliklerini yapması gibi medya üzerinde de çocuklarına rehberlik etmeleri gerektiğini vurgulamış ve "ebeveynlerin sosyal medya vekilliği" kavramını öne sürmüştür.

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi Madde 18'de ise ana-babanın çocuğun yetiştirilmesinde ortak ve birinci elden sorumluluk taşıdığı ve bu kişilerin her şeyden önce çocuğun yüksek yararını gözeterek hareket etmeleri gerektiği vurgulanmıştır. Bu durumda sharenting davranışı, doğurabileceği sonuçlar nedeniyle çocuğun yüksek yararına aykırı bir

davranış olarak nitelendirilebilir. Çocuğun yararının gözetilmediği her türlü davranış ana-babanın sorumluluğunu yerine getirmemesi demektir.

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi Madde 19'da belirtildiği gibi "çocuğun ana-babasının ya da onlardan sadece birinin, yasal vasisinin bakımın üstlenen herhangi bir kişinin yanında iken bedensel veya zihinsel saldırı, şiddet veya suistimale, ihmale ya da ihmalkâr muameleye, ırza geçme dahil her türlü istismar ve kötü muameleye karşı korunması" kararlaştırılmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (2006) ise çocuğa yönelik kötü muameleyi "bir sorumluluk, güven veya güç ilişkisi bağlamında, çocuğun sağlığı, yaşamı, gelişmesi ve saygınlığı açısından, fiilen zararlı veya potansiyel olarak zararlı sonuçlar verebilecek her tür fiziksel, duygusal kötü muamele, cinsel istismar, ihmalkâr davranış veya ticari amaçlı veya başka tür sömürü" olarak tanımlamaktadır. Sharenting davranışı, çocuklar için birçok olumsuz sonuç yaratabilir. İzin alınmadan çocuklar hakkında karar verilmesi saygısızca bir tutum olarak algılanabilir; büyüdüklerinde onlar için utanç verici anıların sosyal medyada yer alması yaralayıcı olabilir. Ayrıca sharenting davranışıyla birlikte çocukların kişisel bilgilerinin paylaşımı, ticari olarak çocukların kullanılmasına, ilgili fotoğrafların pornografik sitelerde yer almasına ve çocuk kaçırılması veya dijital kaçırılma gibi adli olaylarla karşılaşılmasına neden olabilir. Ayrıca gizlilik ayarları kapalı olup herkese açık olan hesaplarda paylaşılan fotoğraflar doğrudan istismarı çağrıştırmaktadır (Uzun, 2020). Bu bağlamda sharenting davranışı çocuklar için fiziksel ve duygusal kötü muameleye, hatta ileri safhalarda dolaylı olarak istismara neden olabileceğinden sharenting davranışının çocuk haklarına aykırı olduğu anlaşılmaktadır.

Sharenting davranışı sadece çocuk haklarına değil kişilik haklarına da aykırılık teşkil etmektedir. Kişilik hakkı, hukukumuzda korunan temel haklardandır. Serozan (2011) kişilik hakkını "kişinin kendisini insan kılan maddi ve manevi tüm değerlere, özel olarak, yaşamına, beden bütünlüğüne, sağlığına, onuruna, saygınlığına, özel yaşamının gizliliğine, sözüne, resmine, adına, eserine, özgürlüğüne, bu arada ekonomik hareket serbestliğine ilişkin hakkı"

olarak tanımlamıştır. Bir insanın hayatı, vücut tamlığı, kimliği, ismi, resmi gibi manevi varlıkları kişilik hakları kapsamında olup, bunlar herkese karşı ileri sürülebilen, saygı duyulması herkesten beklenen mutlak haklardandır. Herkes bu haklara uyma ve bu hakları ihlal etmeme yükümlülüğü altındadır (Oğuzman ve Barlas, 2016). Türk Medeni Kanunu Madde 24'te belirtildiği üzere "kişilik hakkı zedelenen kimsenin rızası, daha üstün nitelikte özel veya kamusal yarar ya da kanunun verdiği yetkinin kullanılması sebeplerinden biriyle haklı kılınmadıkça, kişilik haklarına yapılan her saldırı hukuka aykırıdır". Bu bağlamda değerlendirildiğinde çocukların görüntüleri sosyal medyada paylaşıldığında kişilik haklarının ihlali sorunu doğacaktır. Sharenting davranışına yönelik rıza gösterme veya bu davranıştan herhangi bir yarar sağlama söz konusu değilse sharenting davranışı kişilik haklarına da aykırı olacaktır.

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi Madde 16'da çocukların özel hayatlarına müdahale edilemeyeceğinin bildirildiği gibi 1982 tarihli Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 20. Maddesinde de özel hayatın gizliliği "Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz." şeklinde koruma altına alınmıştır. Özel hayatın gizliliğinin ihlali ise Türk Ceza Kanunu'nun 134. Maddesi'ne göre suç sayılmaktadır. Aynı maddenin 2. fıkrasında belirtildiği üzere özel hayatın gizliliğinin ihlali suçu, toplanan verilerin herhangi bir ortamda ifşa edilmesiyle sonuçlanıyorsa verilecek olan ceza arttırılmaktadır. Sharenting davranışı bu bağlamda çocukların özel hayatının gizliliğinin ihlaline de neden olmaktadır .

6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na göre kişisel veri şu şekilde tanımlanmaktadır:

> "Kişisel veri, kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgiyi ifade etmektedir. Bu bağlamda sadece bireyin adı, soyadı, doğum tarihi ve doğum yeri gibi onun kesin teşhisini sağlayan bilgiler değil, aynı zamanda kişinin fiziki, ailevi,

ekonomik, sosyal ve sair özelliklerine ilişkin bilgiler de kişisel veridir. Bir kişinin belirli veya belirlenebilir olması, mevcut verilerin herhangi bir şekilde bir gerçek kişiyle ilişkilendirilmesi suretiyle, o kişinin tanımlanabilir hale getirilmesini ifade eder. … İsim, telefon numarası, motorlu taşıt plakası, sosyal güvenlik numarası, pasaport numarası, özgeçmiş, resim, görüntü ve ses kayıtları, parmak izleri, genetik bilgiler gibi veriler dolaylı da olsa kişiyi belirlenebilir kılabilme özellikleri nedeniyle kişisel verilerdir."

İlgili kanunda yer alan Madde 5'e göre kişisel veriler zorunlu durumlar olmadıkça ilgili kişinin açık rızası olmaksızın işlenemez. Aynı zamanda kişisel verilerin paylaşımı konusunda ceza yaptırımları da mevcuttur. Buna göre 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun 135. Maddesinde hukuka aykırı olarak kişisel verileri kaydeden kimseye bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası verileceği, 136. Maddesinde ise kişisel verileri, hukuka aykırı olarak bir başkasına veren, yayan veya ele geçiren kişi, iki yıldan dört yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılacağı belirtilmiştir. Dolayısıyla çocukların fotoğrafları, ses kayıtları, videoları, isim, konum gibi bilgileri kişisel veri kapsamına girmektedir ve çocuklardan rıza alınmadıkça paylaşılamaz.

Kişisel verilerin paylaşımıyla birlikte gündeme gelen unutulma hakkı, bir birey hakkında dijital hafızada yer alan yanıltıcı, gereksiz, utanç verici olabilen veya kişiyle ilgisiz verileri içerebilen her türlü kişisel içeriği bir daha geri getirilemeyecek biçimde silme, sınırlama veya değiştirme hakkı olarak tanımlanmaktadır (Haley, 2020; Nalbantoğlu, 2018). Ülkemizde unutulma hakkı, 1 Ekim 2020 itibariyle yürürlüğe giren 7253 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un 10. Maddesi "İnternet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik hakları ihlal edilenlerin talep etmesi durumunda hâkim tarafından, başvuranın adının bu madde kapsamındaki karara konu internet adresleri ile ilişkilendirilmemesine karar verilebilir." olarak düzenlenmiştir. Bu doğrultuda, kişilerin

adlarının, fotoğraflarının veya herhangi bir bilgisinin herhangi bir mecrada olmamasını isteme hakkı bulunmaktadır. Sharenting davranışı kapsamında çocukların rızası olmadan paylaşılan tüm bilgiler, çocukların kişilik, özel yaşamın gizliliği ve kişisel verilerin korunması haklarının yanı sıra unutulma hakkının da ihlaline neden olmaktadır.

İlgili kanunlar doğrultusunda yayınlanan çocukların sosyal medyada paylaşılması ile ilgili genelge örnekleri de mevcuttur. Örneğin 2017 yılında Milli Eğitim Bakanlığı Hukuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan ve ülke genelinde tüm okullara gönderilen 14168703-1O.06.02-E.2975829 sayılı genelgede, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Türk Ceza Kanunu ve uluslararası sözleşmeler doğrultusunda okullardaki yöneticilere, görevli personele ve öğrencilere, kişilerle ilgili yazı, ses, fotoğraf ve video kayıtların herhangi bir sosyal mecrada yayınlanmasının suç olduğu bildirilmiş, ayrıca kişiler üzerinde olumsuz etki yapacak her türlü verinin paylaşılması durumunda yasal işlemlerin başlatılacağı duyurulmuştur.

Adli bilimler, adli sorunların çözümü için çeşitli bilimsel disiplinlerin bilgi kaynaklarının kullanımı ve yöntemlerinin uygulanmasıdır (Ubelaker, 2013). Birçok bilim alanı adli sorunlara uygulanabilir. Psikoloji, sosyoloji, antropoloji, botanik, diş hekimliği, tıp, toksikoloji, entomoloji, ekonomi, muhasebe, mühendislik ve bilişim gibi birbirinden farklı birçok disiplin, adli bilimlerin içerisinde yer alır (Maras ve Miranda, 2014).

Bazı bilimsel disiplinler adli bilimlerle alakasız görünse bile bazen çok önemli bir danışma kaynağı olabilir. Örneğin, belirli bir kemirgen cinsinin taksonomisi konusunda uzmanlaşmış bir zoolog, tüm kariyeri boyunca adli bir konu ile uğraşmadan çalışabilir. Bununla birlikte, bir cinayet soruşturmasında bu kemirgen genlerinin sınıflandırılması ve davranışıyla ilgili kanıtlar önemli hale gelirse, zoologun adli bakış açısı sağlaması ve bu kanıtı mahkemede sunması gerekebilir (Ubelaker, 2013).

Adli bilimler aynı zamanda çağın gerektirdiklerine de uyum sağlamalıdır. Çünkü suç davranışları gelişmekte olan teknolojiyle değişim göstermektedir. Özellikle içinde bulunduğumuz yirmi birinci yüzyılda teknolojik aletler, çağdaş iletişim araçları ve internetin riskli kullanılması bilişim suçlarını veya diğer bir ismiyle siber suçları doğurmuştur (Gökçearslan, 2016). Bilişim suçları Türk Ceza Kanunu'nda 243'üncü, 244'üncü ve 255'inci maddelerle düzenlenmiştir. Ayrıca Emniyet Genel Müdürlüğü çatısı altında Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı kurulmuştur. Bu gelişmelerle birlikte adli bilimlerin bilişimden uzak kalması beklenemez.

Sosyal medya üzerinden işlenen siber suçlar da adli bilimlerin son zamanlarda ilgisini yönelttiği alanlardan biridir. Özellikle özel hayatın gizliliği ve kişisel verilerin kaydedilmesi gibi ihlaller adli mercilerin yoğunlaştığı alanlardır.

Sharenting davranışı da sosyal medya üzerinden yürütülen, resmi olarak bilinen ve bazı ülkelerde hukuksal düzenlemeler yapılmaya başlanan bir olgudur. Örneğin Fransa, sharenting davranışına maruz kalan çocukların yetişkin olduklarında ebeveynlerini dava edebileceklerine dair kanunu yürürlüğe koymuştur (Chazan, 2016). Benzer tartışmalar İngiltere ve Avustralya'da da sürmektedir.

Hukuki boyutları incelendiğinde ve adli mercilere sevk edilme süreçlerinin başladığı göz önüne alındığında özellikle adli bilişim, adli psikoloji ve adli sosyoloji alanlarını oldukça yakından ilgilendiren ve çalışmanın temel konusu olan sharenting davranışının adli bilimlerle olan ilişkisi açıkça görünmektedir.

3. Gereç ve Yöntem

3.1. Araştırma Deseni

Bu araştırmada, Türkiye'deki ebeveynler arasında sharenting davranışının yaygınlığı ve sıklığı belirlenmeye çalışılmış, ayrıca sharenting davranışının sonuçları hakkında ebeveynlerin farkındalıkları araştırılmıştır.

Bu bağlamda araştırmanın soruları aşağıdaki gibidir:

S1.Türkiye'deki ebeveynler sharenting davranışını gerçekleştiriyor mu?

S2. Sharenting davranışını gerçekleştiren ebeveynlerin bunu yapma sıklığı nedir?

S3. Sharenting davranışına konu olan çocukların yaş ve gelişim özellikleri ile paylaşılan fotoğrafların içerikleri nelerdir?

S4. Ebeveynler sharenting davranışının olumsuz sonuçlarının farkındalar mı?

Araştırma, betimsel araştırma modeli olarak tasarlanmıştır. Betimsel araştırma modeli ile bir konudaki var olan durum araştırılır. Betimsel araştırma modellerinde veriler katılımcılardan anket yoluyla direkt olarak alınabileceği gibi gözlem yöntemi de kullanılabilir (Kırcaali İftar, 1999). Bu çalışmada verilerin katılımcılardan anket yoluyla alınması yöntemi kullanılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Türkiye'de sosyal medya kullanan tüm ebeveynler oluşturmaktadır. Net sayı tam olarak bilinmese de Ocak 2020'de yayınlanan bir araştırmada Türkiye'de 54 milyon sosyal medya kullanıcısı olduğu, bunun 52,16 milyonunun 18 yaş üstü olduğu bildirilmiştir (We Are Social, 2020). Bu bağlamda araştırmanın örneklemini Türkiye'de yaşayan 18 yaş üzeri, sosyal medya kullanan ve 18 yaş altı en az bir çocuk sahibi ebeveynler oluşturmaktadır. Cohen, Manion ve Morrison'un (2000) hazırladığı evren ve örneklem

büyüklüğü tablosuna göre %95 güvenilir sonuç almak için örneklem büyüklüğümüz yaklaşık 384 katılımcı olarak görülmektedir.

Sonuçların güvenirliğini arttırmak ve hata payını azaltmak için pilot çalışma aşamasında 100, asıl çalışma aşamasında ise 900 anne ve/veya baba ile yapılması planlanmıştır. Pilot çalışma 94 katılımcı ile gerçekleşmiş ancak asıl çalışmada 595 katılımcıya ulaşılabilinmiştir. Bu katılımcılardan 22'si çalışmayı yarıda bırakmıştır. Bu sebeple araştırmaya 573 katılımcı dahil edilmiştir. Hedeflenen katılımcı sayısına ulaşılamasa da %95 güvenilirlik için katılımcı sayısının yeterli olduğu görülmektedir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada demografik bilgilerle, sosyal medya kullanımlarıyla ve sosyal medyada paylaşım detaylarıyla ilgili bölümleri içeren tek bir anket formu kullanılmıştır.

Demografik bilgileri ve sosyal medya kullanımlarını içeren sorular güncel literatürde yer alan çalışmalardan esinlenilerek, katılımcıların yaş, cinsiyet gibi demografik özellikleri ile sosyal medya kullanım süreleri gibi araştırmanın amacına uygun bilgileri içeren sorularla oluşturulmuştur (Liman, 2020 ; Manap, 2020; Çevik, 2019; Temizdemir, 2018).

Sharenting kavramı görece yeni bir kavram olduğundan bu kavramın yaygınlığını, sıklığını veya bu konudaki farkındalığı ölçen bir ölçek geliştirilmemiştir. Anket soruları hazırlanırken Çekya ve İspanya'daki ebeveynlerin sharenting davranışlarını karşılaştırmak için yapılan bir araştırmada Kopecky, Szotkowski, Aznar-Diaz ve Romero-Rodriguez'in (2020) katılımcılara sordukları sorular temel alınmıştır. Literatürdeki diğer çalışmalar ve raporlar da örnek alınarak ankete son hali verilmiştir (C.S. Mott Children's Hospital, 2014; Erişir ve Erişir, 2018; Küçükali ve Serçemeli, 2019). Tüm bu sorular hazırlanırken anket sorularının nasıl olması gerektiğini belirten Baş'ın (2013) kaynağından yararlanılmıştır.

Anket araştırmalarında kullanılan soru tipleri genellikle demografik (yaş, cinsiyet vb.), olgusal (örneğin *Sosyal medya kullanır mısınız? Günde kaç saatinizi sosyal medyada geçirirsiniz?*) ve yargısal (örneğin *Bu konu hakkındaki düşünceniz nedir?*) olarak üçe ayrılmaktadır (Baş, 2013). Bu çalışmada oluşturulan ankette üç tipte de soru bulunmaktadır. Anket soruları kapalı ve açık uçlu olmak üzere iki şekilde sorulmuştur. Anket sorularının ilk kısmı demografik bilgi sorularından, ikinci kısmı sosyal medya kullanımı ile ilgili sorulardan ve üçüncü kısmı ise sosyal medyada paylaşım detaylarıyla ilgili sorulardan oluşmaktadır. Anketimizde demografik bilgiler kısmında 11, sosyal medya kullanımı kısmında 7, sosyal medyada paylaşım detayları kısmında ise 38 olmak üzere toplamda 56 soru yer almaktadır. Bu soruların 10 tanesi açık uçlu, 46 tanesi kapalı uçlu sorulardır.

3.4. Uygulama

Araştırmaya İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul İzni alındıktan sonra başlanmıştır. Araştırma verileri 18 Ocak 2021 ile 30 Nisan 2021 tarihleri arasında toplanmıştır.

Araştırmanın konusu çevrimiçi ortamlarda ebeveyn davranışlarıyla ilgili olduğu için verilerin güvenirliği ve sosyal medya kullanan ebeveynlerin çevrimiçi ortamda daha fazla ulaşılabilir olmasından dolayı anket formu Google Formlar platformu üzerinden çevrimiçi olarak yayınlanmıştır. Anket formunun linki Twitter, Facebook, Whatsapp, Instagram ve Telegram uygulamaları üzerinden özellikle çok takipçili hesaplar ve ebeveyn gruplarıyla paylaşılmıştır. 30 Nisan 2021 tarihi itibariyle çevrimiçi olarak yayınlanan anket formunun doldurulması durdurulmuş ve yeni cevaplamalara izin verilmemiştir.

3.5. Pilot Çalışma

Anket sorularının çalışmanın amacıyla örtüşüp örtüşmediğini anlamak için 94 kişi ile pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma katılımcıları, asıl çalışmanın katılımcıları gibi

değişik sosyodemografik özelliklere sahip 18 yaş üstü, en az bir çocuğu olan ebeveynlerdir. Pilot çalışmada kullanılan anketin sonuna katılımcıların görüşlerinin belirtilebileceği açık uçlu bir soru eklenmiştir. Bu soruya verilen cevaplara göre bazı soruların cevaplarının kısıtlı olduğu, bazı sorularınsa yapısal olarak zorunlu kılınamayacağı fakat sistemsel olarak katılımcıların cevap vermek zorunda kaldıkları anlaşılmıştır. Asıl çalışmada kullanılacak anket formu bu sonuçlara göre düzenlenmiştir.

Ayrıca bazı katılımcılar, anket formunda yer alan açık uçlu sorular nedeniyle anketin uzun sürdüğünü belirtmiştir. Çalışmanın amacına uygun olarak sorulan açık uçlu sorular olabildiğince az sorulmakta olup azaltılması durumunda özellikle farkındalık ile ilgili veri kaybı yaratacağından açık uçlu sorularla ilgili bir değişiklik yapılmamıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Kapalı uçlu olarak sorulan 46 soruya verilen cevaplar IBM SPSS Statistics 25 programı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde betimleyici istatistik yöntemleri uygulanmıştır.

Açık uçlu olarak sorulan 10 soru ise içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. İçerik analizi, toplanan verileri açıklamak için kavramlara ve kavramlar arasındaki ilişkilere ulaşmayı hedefler (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.242). Buna göre tipik bir nitel araştırmada tema ve kategoriler birkaç şekilde oluşturulabilir. Eğer literatürde geniş yer edinen bir konu çalışılıyorsa, halihazırda var olan tema ve kategoriler kullanılabilir. Aksi durumda ise araştırmacılar tema ve kategorileri toplanan veriden hareketle oluşturmayı tercih edebilirler (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 259). Bu çalışmada nitel olarak elde edilen verilerden çıkarılan kavramlara göre temalar, kategoriler ve kodlar oluşturulmuştur.

4. Bulgular

4.1. Nicel Bulgular

4.1.1. Demografik Bilgilere Ait Bulgular

Elde edilen verilere, araştırmanın tasarımı doğrultusunda betimsel istatistikler uygulanmıştır. Buna göre katılımcıların %86,4'ü (n=495) kadın, %13,6'sı (n=78) erkektir. Kadınların yaş ortalaması 37,01 (SS=6,23) , erkeklerin yaş ortalaması 38,9 (SS=6,46), bütün katılımcıların yaş ortalaması ise 37,26 (SS= 6,29) olarak bulgulanmıştır. Yaşı en küçük olan katılımcı 23 yaşında, en yüksek olan katılımcı ise 63 yaşındadır. Katılımcıların demografik bilgilerine ait ayrıntılı bilgiler Tablo I'de sunulmuştur.

Katılımcıların %93,5'inin (n=536) evli olduğu, %5,2'sinin (n=30) boşanmış olduğu görülmektedir. Eğitim durumları incelendiğinde ise katılımcıların %44,5'inin (n=255) lisans mezunu olduğu, %19,4'ünün (n=111) ise herhangi bir üniversite deneyimi yaşamadığı (ilköğretim ve ortaöğretim mezunları) bildirilmiştir.

Katılımcıların %79,9'u (n=458) sosyoekonomik düzeylerini orta seviye olarak belirtmiştir. Çalışmaya Türkiye'nin yedi bölgesinden de katılım sağlanmıştır. En yüksek katılım oranı %57,1 (n=327) ile Marmara Bölgesi'nden, en düşük katılım oranı ise %2,8 (n=16) ile Doğu Anadolu Bölgesi'nden yapılmıştır. Ayrıca katılımcılara uzun süredir yaşadıkları yer de sorulmuş ve katılımcıların %68,9'unun (n=395) metropolde yaşadığı belirlenmiştir.

Tablo I. *Katılımcıların demografik özellikleri*

		Frekans (Sıklık)	Yüzde Dağılımı
Cinsiyet	Kadın	495	86,4
	Erkek	78	13,6
Sosyoekonomik Düzey	Düşük	22	3,8
	Orta	458	79,9
	Yüksek	93	16,2
Medeni Durum	Bekar	4	0,7
	Boşanmış	30	5,2
	Dul	3	0,5
	Evli	536	93,5
Eğitim Durumu	İlköğretim	23	4,0
	Ortaöğretim	88	15,4
	Ön Lisans	45	7,9
	Lisans	255	44,5
	Yüksek Lisans	112	19,5
	Doktora	50	8,7
Yaşanılan Bölge	Marmara Bölgesi	327	57,1
	Ege Bölgesi	68	11,9
	Akdeniz Bölgesi	31	5,4
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	23	4,0
	Doğu Anadolu Bölgesi	16	2,8
	İç Anadolu Bölgesi	79	13,8
	Karadeniz Bölgesi	29	5,1
Uzun Süreli Yaşanılan Yer	Metropol	395	68,9
	İl Merkezi	105	18,3
	İlçe	69	12,0
	Köy	4	0,7

Katılımcıların %53,4'ünün (n=306) 1 çocuğu, %39,6'sının (n=227) 2 çocuğu, %5,6'sının (n=32) 3 çocuğu ve %1,4'ünün 4 çocuğu olduğu, katılımcıların toplam çocuk sayısının ise 885 olduğu görülmüştür. Katılımcıların çocuklarının cinsiyet ve yaş grubu dağılımı detaylı olarak Tablo II'de gösterilmiştir. Buna göre çocukların %52,66'sı erkek, %47,34'ü kızdır.

Tablo II. *Çocukların yaş grubu ve cinsiyet dağılımları*

N= 885		**Frekans (Sıklık)**	**Yüzde Dağılımı (%)**
Bebeklik Dönemi	Kız	65	7,34
	Erkek	56	6,32
İlk Çocukluk Dönemi	Kız	122	13,78
	Erkek	141	15,93
Okul Çocukluğu Dönemi	Kız	119	13,44
	Erkek	158	17,85
Ergenlik Dönemi	Kız	86	9,71
	Erkek	92	10,4
Yetişkinlik Dönemi	Kız	27	3,05
	Erkek	19	2,14

4.1.2. Sosyal Medya Kullanımlarına Ait Bulgular

Katılımcıların %5,4'ü (n=31) sosyal medyayı çok sık (günde 8 saatten fazla), %14'ü sık (günde 6-8 saat arası), %30'u biraz (günde 4-6 saat), %37,2'si az (günde 2-4 saat) ve %13,4'ü (n= 77) ise nadiren (günde 2 saatten az) kullandığını bildirmiştir.

Katılımcıların kullandıkları sosyal medya uygulamalarına ait bilgiler Tablo III'te sunulmuştur. Buna göre katılımcıların en fazla kullandığı sosyal medya uygulaması, %97,2 (n=557) ile çevrimiçi mesajlaşma uygulaması olan Whatsapp, en az kullandıkları ise ise %2,3

(n=13) ile TikTok olmuştur. Katılımcılardan bazıları kendilerine verilen seçenekler dışında Bip ve Telegram uygulamalarını kullandıklarını belirtmiştir.

Tablo III. *Sosyal ağ sitelerinin kullanım sıklığı*

		Frekans (Sıklık)	**Yüzde Dağılımı (%)**
Instagram	Var	523	91,3
	Yok	50	8,7
Facebook	Var	323	56,4
	Yok	250	43,6
Twitter	Var	370	64,6
	Yok	203	35,4
TikTok	Var	13	2,3
	Yok	560	97,7
Pinterest	Var	152	26,5
	Yok	421	73,5
Whatsapp	Var	557	97,2
	Yok	16	2,8

Katılımcılara popüler olan ve hesap gizleme özelliği olan bazı sosyal medya uygulamalarında yer alan kişisel hesaplarının karşı tarafa gizli olup olmama durumu sorulmuştur. Buna göre Instagram hesabı olan kullanıcıların %86,33'ü (n=455), Facebook hesabı olan kullanıcıların %87,5'i (n=309) ve Twitter hesabı olan kullanıcıların %53,7'si (n=203) hesabının gizli olduğunu belirtmiştir. Başka uygulamaları kullanan katılımcıların ise %86,6'sı (n=142) hesaplarının gizli olduğunu belirtmiştir.

Aynı zamanda katılımcılara takipçilerinin tamamının tanıdıkları olup olmadıkları da sorulmuştur. Buna göre katılımcıların yalnızca %62,1'nin (n=356) takipçileri sadece tanıdık kişilerden oluşmaktadır.

Çalışma için sosyal medya uygulamalarında kullanılan özel içerikler de önemlidir. Bu doğrultuda katılımcılara birçok uygulama yer alan hikâye ekleme özelliğini kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur. Buna göre katılımcıların %87,61'i (n=502) hikâye özelliğini kullandıklarını bildirmiştir. Hikayelerde, bu içeriklere özel olarak belirlenen kimlerin paylaşımları görüntüleyip görüntüleyemeyeceğine dair gizlilik ayarları bulunmaktadır. Katılımcılara bu gizlilik ayarlarını bilip bilmedikleri, bildikleri takdirde gizlilik ayarlarını yapıp yapmadıkları sorulmuştur. Hikâye özelliğini kullanan katılımcıların %66,9'u (n=336) gizlilik ayarlarını bildiklerini ve ayarlamaları yaptıklarını %28,3'ü (n= 14) bildiklerini fakat yapmadıklarını, %4,8'i (n=24) ise bilmediklerini bildirmiştir.

Çalışmanın temel sorusu olan "Çocuğunuzun fotoğraflarını / videolarını herhangi bir sosyal medya platformunda paylaşıyor musunuz?" sorusuna ise katılımcıların yalnızca %31,8'i (n=182) hayır yanıtını vermiş, %68,2'si (n=391) ise paylaştıklarını ifade etmiştir. Çalışmaya katılan kadınların %70,3'ü (n = 348), erkeklerin ise %55,1'i (n=43) çocuklarıyla ilgili paylaşım yaptığını belirtmiştir. Paylaşım yapan ebeveynlerin yaş ortalaması 37,02'dir (SS=6,12) ve ebeveynlerin %93,8'i (n=367) evli iken %4,6'sı boşanmıştır (n=18). Görüntü paylaşan ebeveynlerin %81'i (n=317) sosyoekonomik durumlarını orta, %16,1'i (n=63) yüksek ve yalnızca %2,8'i (n=11) düşük olarak tanımlamıştır. Eğitim durumları incelendiğinde ise paylaşım yapan ebeveynlerin %68,7'sinin (n=269) lisans ve lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Ayrıca bu ebeveynlerin %51,6'sı (n=202) tek çocuk sahibidir. Paylaşım yapan ebeveynlerin %75,9'u (n=297) sosyal medyayı biraz ve daha az kullandıklarını belirtmiştir. Bu ebeveynlerin %81,9'u (n=321) kullandıkları sosyal medya hesaplarının gizli olduğunu belirtmiştir. Buna rağmen ebeveynlerin %34,8'i (n=136) takipçilerinin arasında tanımadıkları kişiler olduklarını bildirmiştir.

4.1.3. Sosyal Medyada Paylaşım Detaylarına Ait Bulgular

Sosyal medyada paylaşım detaylarına ait sorular sadece çocuklarının fotoğraflarını veya videolarını paylaştıklarını ifade eden 391 ebeveyne yöneltilmiştir.

İlk olarak katılımcılara bu fotoğraf veya videoları hangi sosyal medya platformlarında paylaştıkları sorulmuştur. Buna göre katılımcıların %87,7'si (n=343) çocuklarının fotoğraf veya videolarını Instagram'da, %42,7'si (n=167) Whatsapp Durum'da, %39,4'ü (n=154) Facebook'ta, %5,4'ü (n=21) Twitter'da, %0,3'ü (n=1) TikTok'ta ve %0,3'ü (n=1) ise diğer platformlarda paylaştığını belirtmiştir.

Katılımcılara çocuklarının fotoğraf veya videolarını ne sıklıkta paylaştıkları da sorulmuştur. Katılımcıların %1,8'i (n=7) her gün en az bir tane, %5,4'ü (n=21) iki üç günde bir en az bir tane, %11'i (n=43) haftada en az bir tane, %21,2'si (n=83) ayda en az bir tane, %60,6'sı (n=237) ise daha az aralıklarla fotoğraf veya video paylaştıklarını bildirmişlerdir. Katılımcılara çocuklarının bir fotoğrafını herhangi bir platformda profil fotoğrafı olarak kullanıp kullanmadıkları da sorulmuştur. Alınan bilgilere göre katılımcıların %47,8'i (n= 187) çocuklarının fotoğraflarını profil resmi olarak kullanmaktadır.

Katılımcıların paylaştıkları fotoğrafların içerikleri de sorulmuş ve alınan bilgiler Tablo IV'te detaylı olarak aktarılmıştır. Buna göre çocukların en çok doğum günü, mezuniyet gibi önemli anları paylaşılırken (%72,1, n=234) en az banyo veya duşta oldukları anlar (%0,2, n=1) paylaşılmıştır. Ayrıca fotoğraflarda veya videolarda yer alan çocukların gelişimsel dönemleri de Tablo V'te ayrıntılı olarak belirtilmiştir. Buna göre en fazla bebeklik döneminde (0-2 yaş) olan çocukların fotoğrafları paylaşılmaktadır (%55,7, n=227). Aynı zamanda katılımcılara çocukları henüz yeni doğmuşken çekilen bir fotoğrafı paylaşıp paylaşmadıkları sorulmuş ve %35,5'i (n=139) paylaştıklarını ifade etmiştir.

Tablo IV. *Paylaşılan çocuk fotoğraflarının içerikleri*

		Frekans (Sıklık)	Yüzde Dağılımı (%)
Yemek yerken	Paylaşırım	39	10
	Paylaşmam	352	90
Uyurken	Paylaşırım	18	4,6
	Paylaşmam	373	95,4
Yüzerken (Havuz / Deniz)	Paylaşırım	23	5,9
	Paylaşmam	368	94,1
Banyoda ve duştayken	Paylaşırım	1	0,3
	Paylaşmam	390	99,7
Oyun oynarken	Paylaşırım	109	27,9
	Paylaşmam	282	72,1
Birlikte vakit geçirirken	Paylaşırım	237	60,6
	Paylaşmam	154	39,4
Önemli bir gün (doğum günü, mezuniyet vb.)	Paylaşırım	282	72,1
	Paylaşmam	109	27,9
Hayvanlarla oynarken	Paylaşırım	71	18,2
	Paylaşmam	319	81,6
Size tatlı gelen herhangi bir an	Paylaşırım	234	59,8
	Paylaşmam	157	40,2

Tablo V. *Paylaşılan fotoğraflarda yer alan çocukların gelişimsel dönemleri*

		Frekans (Sıklık)	Yüzde Dağılımı (%)
Dönemler	Bebeklik (0-2 yaş)	227	55,7
	İlk çocukluk (2-6 yaş)	85	21,8
	Okul çocukluğu (6-12 yaş)	67	17,2
	Ergenlik(12-18 yaş)	21	5,3

Çalışmada bir diğer önemli nokta ise paylaşılan fotoğraflarda çocuklara ait kişisel bilgilerin yer alıp almadığıdır. Paylaşılan fotoğraflarda yer alan çocukların kişisel bilgilerine dair paylaşım detayları Tablo VI'da ayrıntılı olarak belirtilmiştir. Buna göre paylaşılan fotoğrafların %94,1'inde (n=368) çocukların yüzü görünmektedir, %80,6'sında (n=315) isimleri yazmakta, %58,6'sında (n=229) ise isim haricinde cinsiyet, yaş gibi başka kişisel bilgileri yer almaktadır. Ayrıca paylaşılan fotoğrafların %40,4'ünde (n=158) çocukların konum bilgisi verilmekte, %35,8'inde (n=140) ise çocukların bulunduğu yerlerin (örneğin okul, kurs, eğlence merkezi vb.) tabelası görünmektedir.

Ayrıca katılımcılara fotoğraf paylaşırken herkesin erişimine açık olan etiketleri (hashtag, #) kullanıp kullanmadıkları da sorulmuştur. Katılımcıların %73,1'i (n=286) etiket kullanmadıklarını ifade etmiştir. Geri kalan ebeveynler ise sıklıkla "#aile, #çocuk, #oyun, #oğlum, #kızım, #evlat, #family, #happy, #satınalmasahiplen, #tbt (throw back Thursday)" gibi etiketler kullandıklarını belirtmiştir. Katılımcılara hesapları gizli olmadığı takdirde bu etiketler kullanılarak paylaşılan fotoğrafların dünyanın her yerinden görüntülenebildiğini bilip bilmedikleri sorulduğunda ise %17,9'u (n=70) bildiklerini ve buna rağmen etiket kullandıklarını, %9'u (n=35) ise bilmedikleri için kullandıklarını belirtmiştir.

Tablo VI. . *Paylaşılan fotoğraflarda yer alan çocuğun kişisel bilgileri*

		Frekans (Sıklık)	**Yüzde Dağılımı (%)**
Çocuğun yüzü	Görünüyor	368	94,1
	Görünmüyor	23	5,9
Çocuğun ismi	Yazıyor	315	80,6
	Yazmıyor	76	19,4
Çocuğun kişisel bilgisi (yaş, cinsiyet vb.)	Yazıyor	229	58,6
	Yazmıyor	162	41,4
Çocuğun konumu	Belli	158	40,4
	Belli değil	233	59,6
Herhangi bir tabela	Var	140	35,8
	Yok	251	64,2

Katılımcılara bu fotoğrafları en çok kimlerle paylaştıkları da sorulmuştur. Buna göre katılımcıların %75,7'si (n=296) çocukların büyükanne ve büyükbabasıyla, %74,4'ü (n=291) eşleriyle, %25,6'sı (n=100) arkadaşlarıyla, %24,8'i (n=97) diğer akrabalarıyla, %4,6'sı (n=18) ise çocukların öğretmenleriyle paylaştıklarını ifade etmiştir. Aynı zamanda katılımcılara kendi çocuklarının fotoğraflarını kimlerin kendi sosyal medyalarında paylaşabileceği de sorulmuştur. Katılımcıların %83,1'i (n=325) eşlerinin, %52,7'si (n=206) çocukların büyükanne ve büyükbabasının, %12'si (n=47) arkadaşlarının, %11,8'i (n=46) ise çocukların öğretmenlerinin, %7,9'u (n=31) ise diğer kişi ve kurumların paylaşabileceğini belirtmiştir.

Katılımcılara daha önce doğum fotoğrafçısı, stüdyo fotoğrafçısı gibi çocuklarının fotoğraflarını çeken kişilerin kişisel veya iş yerine ait sosyal medya hesapları üzerinden paylaşıp paylaşmadıkları, paylaştılarsa kendilerinden izin alınıp alınmadığı sorulmuştur. Katılımcıların %88'i (n=344) paylaşmadıklarını ifade etmiştir. Paylaşanların ise %10,5'i (n=41) ebeveynlerden izin alarak, %1,5'u (n=6) izin almadan paylaşmıştır. Katılımcılara kendilerinden izin alınmadan paylaşılması durumunda rahatsız olup olmayacakları sorulduğunda ise %71,6'sı (n=280) rahatsız olacaklarını, %26,1'i rahatsız olabileceklerini fakat bu durumun bir sorun yaratmayacağını %2,3'ü (n=9) ise rahatsız olmayacaklarını ifade etmiştir.

Çocuklarının fotoğraflarını paylaşan üçüncü kişilerin takipçilerini tanıyor musunuz sorusuna katılımcıların %73,1'i (n=286) tanımadıkları yanıtını vermiştir. Bu sorunun devamında katılımcılara tanımadıkları kişiler tarafından çocuklarının fotoğraf veya videosunun görüntülenmesi onları rahatsız eder mi diye sorulduğunda ise %86,2'si (n=337) rahatsız eder yanıtını vermiştir.

Sosyal medyada paylaşılan fotoğraflarda çocukların beğeni sayısının daha fazla olup olmadığını sorgulamak için katılımcılara çeşitli sorular sorulmuştur. Buna göre katılımcıların çocuklarını paylaştığı fotoğraflara gelen beğeni sayısı ile çocuksuz fotoğraflara gelen beğeni sayıları Tablo VII'de gösterilmiştir. Katılımcıların %69,8'i (n=273) çocuklu veya çocuksuz fotoğraflara gelen beğeni sayılarının fark etmediğini, %26,9'u (n=105) ise paylaştıkları çocuk fotoğraf veya videolarının daha fazla beğeni aldığını belirtmiştir.

Katılımcılara sosyal medya uygulamalarına ne derece güvendikleri sorulduğunda ise kullanıcıların %27,4'ü (n=107) hiç güvenmediğini, %29,9'u (n=117) az güvendiğini %38,4'ü (n=150) biraz güvendiğini, %4,1'i (n=16) güvendiğini, %0,3'ü (n=1) ise çok güvendiğini belirtmiştir. Katılımcıların en çok güvenerek kullandıkları sosyal medya uygulaması ise %49,1 (n=192) ile WhatsApp olmuştur. WhatsApp'ı %24,6 (n=96) ile Instagram ve %10 (n=39) ile Twitter takip etmektedir. Ayrıca katılımcılar "Sosyal medyada paylaşılan görüntülerin kötü

niyetli siteler tarafından kullanılabileceğini düşünüyor musunuz?" sorusuna %85,7 (n=335) oranla evet cevabı vermiştir.

Tablo VII. *Çocuğun yer aldığı ve yer almadığı fotoğraflara gelen beğeni sayıları*

	Beğeni Sayısı	**Frekans (Sıklık)**	**Yüzde Dağılımı (%)**
Çocuğun yer aldığı fotoğraflar	0-50	125	32
	50-100	144	36,8
	100-150	80	20,5
	150-200	23	5,9
	200+	19	4,9
Çocuğun yer almadığı fotoğraflar	0-50	138	35,3
	50-100	142	36,3
	100-150	68	17,4
	150-200	24	6,1
	200+	19	4,9

Katılımcılara hem kendileri hem de çocukları için sosyal medyada herkese açık olarak paylaşılan bir fotoğrafın silinse dahi internet ortamından tamamen yok olmadığını ve yıllar sonra karşılaşabileceğini bilmenin onları ne kadar tedirgin edeceği sorulmuştur. Kendi fotoğrafları için katılımcıların %42,5'i (n=166) çok tedirgin olacağını, %37,6'sı (n=147) biraz tedirgin olacağını, %10'u (n=39) az tedirgin olacağını, %10'u ise (n=39) hiç tedirgin olmayacağını belirtmiştir. Çocuklarının fotoğrafları için de benzer bir tablo ortaya çıkmıştır. Buna göre çocuklarının sosyal medyada herkese açık olarak paylaşılan bir fotoğrafının silinse dahi internet ortamından tamamen yok olmadığını ve yıllar sonra karşılaşabileceğini bilmenin katılımcıların %42,5'ini (n=166) çok tedirgin edeceği, %36,6'sını (n=143) biraz tedirgin edeceği, %9'unu (n=35) az tedirgin edeceği ve %12,5'ini ise (n=47) hiç tedirgin etmeyeceği belirtilmiştir.

Çalışmanın katılımcılarına çocuklarının görüntülerini paylaşırken izin alıp almadıkları ve izin almak gerekli mi diye sorulmuştur. Katılımcıların %33'ü (n=129) paylaşım yaparken izin aldığını, %24,6'sı (n=96) izin almadığını, %42,5'i (n=166) ise çocuğun izin almaya uygun yaşta olmadığını belirtmiştir. Aynı zamanda katılımcıların %84,4'ü (n=330) paylaşım yaparken izin almanın gerekli olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların yalnızca %15,6'sı (n=61) izin almanın gerekli olmadığını belirtmiştir.

Katılımcılara ebeveynlerin çocuklardan izinsiz onların görüntülerini paylaşmalarının suç olup olmadığı da sorulmuştur. Katılımcıların %32,2'si (n= 126) izinsiz görüntü paylaşımını suç olarak nitelendirirken %17,6'sı (n=69) suç olmadığını düşünmektedir. %50,1'i(n=196) ise bu konuda kararsız kaldıklarını ifade etmiştir. Katılımcılar, izinsiz görüntü paylaşımı için Türkiye'de bir yaptırım uygulanmalı mı sorusuna ise %53,5 (n=209) oranında "Evet, uygulanmalı." cevabını vermiştir.

4.2. Nitel Bulgular

Bu araştırmada nicel bulguların yanı sıra nitel bulgulara da yer verilmiştir. Nitel olarak alınan cevapların bazıları nicel olarak alınan cevaplarla bağlantılıdır. Örneğin katılımcılara önce fotoğraflarına gelen beğeni sayıları, ardından bu beğeni sayılarına yönelik hisleri sorulmuştur. Beğeni sayıları nicel olarak ölçülürken beğeni sayılarına yönelik hisleri nitel olarak ölçülmüştür. Aynı şekilde katılımcılara en çok güvenerek kullandıkları sosyal medya uygulaması sorulmuş, sonra bu uygulamaya güvenme sebeplerini yazmaları istenmiştir. Çalışmada nitel olarak elde edilen veriler içerik analizi ile analiz edilmiştir.

Beğeni sayılarına yönelik hisler teması, katılımcıların çocuklarının yer aldığı görüntülere daha fazla beğeni geldiğinde ne hissettikleri doğrultusunda oluşturulmuş ve gelen cevaplar nötr/ hiçbir şey, kötü / rahatsız edici ve mutluluk verici kategorilerinde toplanmıştır.

Sosyal medya uygulamalarına güven sebebi teması ise katılımcıların en çok güvendikleri sosyal medya uygulamasına neden güvendikleri sorusunun cevabı ile ortaya çıkmıştır. Alınan cevaplar uygulamaların gizlilik ayarı ve şifrelemesinin olması, kullanıcıların hesaplarını gizli modda kullanmaları, kişilerin uygulamayı sevmesi ve sık kullanması gibi kişisel sebepleri, ilgili uygulamanın herkes tarafından kullanıldığını ve çevreden gelen bilgiler doğrultusunda kullanmaya başlanması sonucunda genel popülasyonun kullanımı ve esasen ilgili uygulamaya güvenilmediğini belirten temelde güvenilmeme alt kategorilerinde birleştirilmiştir.

Önleyici faaliyetler ve yaptırımlar temasında ise izinsiz paylaşım yapan kullanıcılara karşı ülkemizde uygulanabilecek önleyici faaliyet ve yaptırım önerilerine gelen cevaplar birleştirilmiş ve bu cevaplar uyarı, kınama, para cezası gibi sıralı hukuki yaptırımlar; görüntü içeriğindeki mahremiyet sınırına ve paylaşılan kişilere göre değişkenlik gösteren görüntünün içeriği ve paylaşılan kişilere göre değişen yaptırımlar; sosyal medya hesabının kapatılması, dondurulması gibi çözümleri içeren sosyal medya hesabı ile ilgili yaptırımlar ve paylaşımı yapan kişiye uygulanabilecek eğitim yaptırımı, sosyal sorumluluk projesinde görev alma zorunluluğu gibi sosyal yaptırımlar kategorilerinde toplanmıştır.

Bilimsel çalışmaya verilen tepki temasında ise katılımcılara Avustralya Hükümeti'nin yaptığı bir çalışmanın (Battersby, 2015) sonucuna yorum yapmaları istenmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların verdikleri cevaplar üzüntü, tiksinti gibi olumsuz duygu yaratan bilgi; paylaşım azaltmak veya paylaşım yapmamak gibi davranış değişikliği yaratan bilgi ve ortaya çıkan sonucun sebebinin paylaşımlar değil başka nedenler olduğunu bildiren nedeni başka bir şeye yüklenen bilgi kategorilerinde toplanmıştır.

Son olarak ise ülkemizde ve ülke dışında konuya ilişkin verilen mahkeme kararları katılımcılara sunulmuş ve bu tema kapsamında alınan cevaplar iki ülke için karşılaştırmalı olarak sunulmuştur. Bu cevaplar kararların doğru ve haklı olduğunu belirten haklı karar

kategorisinde; kararların ağır ve yersiz olduğunu belirten saçma karar kategorisinde; ilgili davaların nedenlerinin esasen farklı olduğunu savunan farklı amaçla açılan dava kategorisinde ve bu konuda ikilemde kalan katılımcılar için kararsız kategorisinde toplanmıştır.

Analiz sonucunda oluşturulan temalar, alt kategoriler ve kodlara ait detaylı bulgular aşağıda sunulmuştur.

4.2.1. Beğeni Sayılarına Yönelik Hisler

Katılımcılara çocuklarının görüntüleri ile kendi görüntüleri arasında beğeni farkı olup olmadığı sorulduktan sonra çocuklarının görüntülerinin daha fazla beğeni alması durumunda onların ne hissettiği sorulmuştur. Alınan cevaplar üç kategoride ortaklaşmış ve bu kategoriler Tablo VIII'de gösterilmiştir.

Tablo VIII'de de görüldüğü üzere alınan cevapların birçoğu bu durumun bir şey hissettirmediği veya nötr hissettikleri yönündedir, katılımcılar bu durumun normal olduğunu savunmuşlardır. Örneğim katılımcı 107: "*Çocuk olması tanıdıklarımıza sevimli geliyor ve büyümesine ve gelişmesine ilgi gösteriyorlar*" şeklinde bu durumu açıklarken katılımcı 132 "*Bebeği herkes daha fazla tatlı bulur ve beğenir çok normal"* şeklinde açıklamıştır. Bazı ebeveynler ise bu durumun kendilerini rahatsız edeceğini, kötü hissettireceğini, endişe ve kaygı duyacaklarını belirtmiştir. Bu durumu katılımcı 168 "*Özel değiliz"* cümlesiyle, katılımcı 213 ise "*Sosyal onaya ilişkin duygularım incinirdi*" cümlesiyle ifade etmiştir. Bazı katılımcılar ise bu durumdan dolayı mutlu olduklarını belirtmiştir. Örneğin katılımcı 139 "*Rahatsız etmez. Mutlu olurum beğenenler tanıdığım kişiler",* katılımcı 60 ise *"Beğenince hoşumuza gidiyor"* diyerek durumu açıklamıştır.

Tablo VIII. *Çocuklarının görüntülerine gelen beğeni sayısının yüksek olmasına yönelik hisler temasına ait kodlar ve frekanslar*

Tema	Alt Kategoriler	Kodlar	Frekans
Beğenilere yönelik hisler	Nötr / Hiçbir şey	Normal, hiçbir şey	289
	Kötü / Rahatsız edici	Özel değiliz, endişe verici, duygularım incindi	56
	Mutluluk verici	Mutlu olurum, tanıdıklarım beğenir	46

4.2.2. Sosyal Medya Uygulamasına Güvenme Sebepleri

Katılımcılara nicel olarak en çok güvenerek kullandıkları uygulama sorulmuş ve ardından neden en çok bu platforma güvendiklerini belirtmeleri istenmiştir. Alınan cevaplar incelendiğinde katılımcıların ortaklaştığı beş farklı kategori bulunmuş ve bunlar Tablo X'da gösterilmiştir.

Tablo IX'da görüldüğü gibi katılımcılar en fazla gizlilik ayarı ve şifreleme seçeneklerinin olması sebebiyle uygulamalara güvendiklerini belirtmiştir. Katılımcı 60 *"Gizlilik esası var. Herkese açık veya kapalı seçeneğinin olması. Sadece benim belirlediğim kişilerin görebiliyor olması güven veriyor"* şeklinde sebebini açıklamıştır. Katılımcıların diğer çoğunluğu da hesaplarının halihazırda gizli olması veya arkadaş listelerinde sadece tanıdıkları kişilerin olması nedeniyle o uygulamaya güvendiklerini belirtmiştir. Katılımcı 133 *"Sadece tanıdığım kişilerle bilgilerimi paylaşıyorum içeriğin görünmediğini düşünüyorum"* şeklinde, katılımcı 62 ise "*Gizli ben izin vermeden takip edilmiyorum"* şeklinde sebeplerini açıklamıştır.

Tablo IX. *En çok güvenilen sosyal medya uygulamasına güvenilme sebepleri temasına ait kodlar ve frekanslar*

Tema	Alt Kategoriler	Kodlar	Frekans
Sosyal medya uygulamasına güven sebepleri	Gizlilik ayarı ve şifreleme	Mesajların şifrelenmesi, herkese açık ve kapalı ayarının olması, veri gizliliği	143
	Gizli hesap kullanımı	Hesap gizli veya çok az takipçili, sadece tanıdık kişiler ekli	108
	Kişisel sebepler	Kişi tarafından sık kullanılması ve sevilmesi, beğenilmesi	56
	Genel popülasyonun kullanımı	Çevre bilgisi, herkesin kullanıyor olması	43
	Temelde güvenilmemesi	Güvenilmemesi, güvenirliğinin azalması, temkinli yaklaşılması	41

Bazı katılımcılar ise kendileri kullandığı için veya diğer kişisel sebeplerden dolayı güvendiklerini belirtmişlerdir. Örneğin katılımcı 177 "*Kendimi ifade edebiliyorum*", katılımcı 191 *ise "Sık kullandığım için güvenmek istiyorum"* şeklinde nedenini belirtmiştir. Bir diğer neden olarak katılımcılar genelde herkesin kullanmasını göstermişlerdir. Katılımcı 88 *"Birçok insan tarafından kullanılan platformlar olması sebebiyle güvenerek kullanıyorum*..", katılımcı 102 ise "herkes kullanıyor" şeklinde bu durumu ifade etmiştir. Son olarak bazı katılımcılar

aslında hiçbirine güvenmediğini belirtmiştir. Katılımcı 151 "*Çok güvenmiyorum temkinliyim",* katılımcı 172 "*Aslında WhatsApp güveniyordum sadece paylaştığım kişiye gönderebildim için, ama onun da güvenirliği azaldı gözümde o nedenle aslında hiçbirine o kadar da güvenmiyorum",* katılımcı 258 ise *"Güvenmiyorum, hesabımı gizli tutarak ve nadiren çocuklarımın bizlerle birlikte fotoğrafını paylaşarak önlem alıyorum"* ifadelerini kullanmıştır.

4.2.3. İzinsiz Paylaşımlara Dair Ülkemizde Uygulanabilecek Önleyici Faaliyetler ve Yaptırımlar

Katılımcılara nicel olarak izinsiz görüntü paylaşımı için Türkiye'de bir yaptırım uygulanmalı mı diye sorulmuştur. Bu soruya evet cevabı veren katılımcılara ise "Yaptırım olarak ne önerirsiniz?" sorusu yöneltilmiştir.

Tablo X'da belirtildiği gibi katılımcılar Türkiye'de ebeveynler tarafından izinsiz görüntü paylaşımı yapılması durumuna karşı sıklıkla uyarı, kınama, para cezası ve sosyal medya hesaplarının kapatılması gibi öneriler getirmiştir. Bu yaptırımların sıralı olması gerektiğini savunan birçok cevap bulunmaktadır. Bunlardan birkaçı aşağıda sunulmuştur.

Katılımcı 217: "*Uyarı cezası ile başlanabilir ve tekrar eden durumlarda ceza artırılabilir."*

Katılımcı 343: "*Uyarı, kınama veya para cezası. İçeriğin hassaa olması durumunda hapis cezası."*

Tablo X. *İzinsiz paylaşımlara karşı önleyici faaliyetler ve yaptırımlar temasına ait kodlar ve frekanslar*

Tema	Alt Kategoriler	Kodlar	Frekans
Önleyici faaliyetler ve yaptırımlar	Sıralı hukuki yaptırımlar	Uyarı, kınama, para cezası, tekrarı halinde hapis cezası	233
	Görüntünün içeriği ve kiminle paylaşıldığına dair değişen yaptırımlar	Aile ile genel sosyal medya ayrımı, görüntünün mahremiyet sınırı	114
	Sosyal medya hesabı ile ilgili yaptırımlar	Hesabın bir süreliğine kapatılması, tekrarı halinde tamamen kapatılması, fotoğrafların silinmesi	24
	Sosyal yaptırımlar	Eğitim yaptırımı, sosyal sorumluluk projesinde görev aldırılması, çocuğuyla yeni hobiler edinmesi	20

Bazı katılımcılar ise uygulanabilecek olan yaptırımın fotoğraf içeriğine ve kiminle paylaşıldığına göre değişmesi gerektiğini belirtmiştir. Konuya dair örnek cevaplar aşağıda sunulmuştur.

Katılımcı 44: "*Bu noktada whatsapta aile ve yakın tanıdıklarla paylaşılan fotoğraflarla genel sosyal medya kapsamı ayrışmalı. Herkese açık platformlar*

izine tabi olmalı. Ticari işler mutlaka izine tabi olmalı. Ceza bu konuya özel bir kuruma (çocukları koruma) para ödemek olmalı."

Katılımcı 173: *"Evet AMA fotoğrafın içeriğine göre değişebilir. Dediğim gibi evin kendisiyle benimle güzel bir fotoğraf tamam ama sahilde, anlık çekilme bir şaşkınlık halinde ya da çocuğun arkadaşlarının alay edebileceği bir sahneyi paylaşması durumunda uyarı alabilir."*

Katılımcı 179: *"Fotoğrafın mahremiyet sınırlarını ne derece aştığına göre değişmeli. Banyoda çıplak paylaşılan fotoğraf pedofili direk sebep olarak gösterilerek hapis cezası uygulanabilir"*

Daha az sayıda katılımcı izinsiz paylaşım yapan ebeveynlerin sosyal medya hesaplarının kapatılması, askıya alınması ve fotoğrafların silinmesi gerektiğini; bazı katılımcılar ise bu ebeveynlerin bilinçlendirilmesi için eğitim yaptırımı uygulanmasını veya sosyal sorumluluk projelerinde görev almaları gerektiğini belirtmişlerdir. Örneğin katılımcı 224 "*Sanırım tüm sosyal medya platformlarında red edilebilir. Ip numarası takibiyle silinebilir*" şeklinde, katılımcı 38 *"Eğitim yaptırımı. Yani tüm bunların nelere sebep olabileceğini bilsinler ve de farkedilme tanınma ihtiyaçlarını daha farklı şekilde çocukları üzerinden değil de başka yollarla yapmaları. Bunlar anlatılabilir"* şeklinde açıklama yapmıştır.

4.2.4. Alan çalışmaları ve mahkeme kararlarına yönelik tepkiler

Katılımcılara anket formunun sonunda yorum yapmaları istenen birkaç bilgi verilmiştir. Bunlardan ilki Avustralya Hükümeti'nin yapmış olduğu çalışmanın sonucu diğeri ise İtalya ve Türkiye'de konuyla ilgili görülmüş mahkeme kararlarıdır.

4.2.4.1. Avustralya Hükümeti'nin Çalışması

Katılımcılara "Avustralya Hükümeti'nin yaptığı bir çalışma sonucunda, pedofili (yetişkin bireylerin çocuklara yönelik cinsel eğilimi) içerikli sitelerde kullanılan fotoğrafların %50'sinden fazlasının sosyal medyada ebeveynlerin yayınladığı çocuk fotoğraflarından oluştuğu açıklanmıştır (Battersby, 2015). Bu araştırma hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorusu yöneltilmiştir.

Katılımcıların verdikleri cevaplar üç kategoride toplanmıştır. Buna dair oluşturulan Tablo XI aşağıda sunulmuştur.

Tablo XI'de de görüldüğü üzere katılımcıların büyük çoğunluğu bu durumu olumsuz duygu durumlarıyla açıklamayı tercih etmiştir. Katılımcı 76 "*İç karartıcı , üzücü bir çalışma*", katılımcı 248 *"Pedofili insanlar Mide bulandırıcı. Sanal ortamında daha dikkatli davranmak gerekir"* ve katılımcı 37 *"Korkutucu pedofilinin çok çok daha ciddi bir şekilde araştırılması ve mercek altına alınması gerekli"* şeklinde düşüncelerini ifade etmiştir.

Katılımcıların diğer çoğunluğu ise bunu öğrendikten sonra davranışlarını değiştirdiğini, değiştireceğini veya daha dikkatli olacaklarını belirten cevaplar vermişlerdir. Örneğin katılımcı 66 "*korkunç bundan sonra yayınlamayı düşünmüyorum*", katılımcı 172 "*Doğrudur. Ben de bunu duyduktan sonra senede belki 1 fotoğraf paylaştım o da çok dikkat ederek",* katılımcı 175 *"Doğru bir karar bunu öğreneli 3 sene oldu o zamandan beri foto paylaşmıyorum"* şeklinde düşüncelerini ifade etmiştir.

Katılımcılardan bazıları ise bu durumda yapılacak bir şey olmadığını, durumun paylaşımlardan kaynaklanmadığını ifade etmiştir. Bazı örnek cevaplar aşağıda yer almaktadır:

Katılımcı 99: *"Araştırma sonucu doğru olabilir fakat sosyal medyanın hayatımızdaki yerine bakacak olursak çok da yapacak bir şey yok gibi"*

Katılımcı 203: *"İçinde olduktan sonra biz paylaşmasak da o dergiden alır yine yapar"*

Katılımcı 220: *"günümüzde pek çok insanın pedofiliye yöneldiğini, sapkınlık düzeyinin arttığını ben de düşünüyorum. ama bu benim yüzümden, ya da benim paylaşım yaptığım çocuğumun resmi yüzünden değil, onların iç dünyalarının pisliğinden - belki kendi geçmişlerinden- kaynaklı olduğu kanısındayım."*

Tablo XI. *Avustralya Hükümeti'nin yaptığı bilimsel çalışmaya verilen tepkiler temasına ait kodlar ve frekanslar*

Tema	Alt Kategoriler	Kodlar	Frekans
Bilimsel çalışmaya verilen tepki	Olumsuz duygu yaratan bilgi	Mide bulandırıcı, vahim, üzücü, şaşırtıcı	201
	Davranış değişikliği yaratacak bilgi	Paylaşım azaltıldı, bitirildi, azaltılacak veya sonlandırılacak	102
	Nedeni başka bir şeye yüklenen bilgi	Yine yapılır, önlem alınması bir şey ifade etmez, değişiklik olmayacak	88

4.2.4.1. Mahkeme Kararları

Katılımcılara İtalya'da ve Türkiye'de sharenting konusunda açılmış davalar ve sonuçları verilmiş, bu konudaki yorumları istenmiştir. Bunlar "İtalya'da 16 yaşında bir çocuk, annesine "fotoğraflarını izinsiz yayınladığı" gerekçesiyle açtığı davayı kazanmıştır. Mahkeme annenin tüm fotoğrafları kaldırmasına, kaldırmadığı veya yeni fotoğraflar yüklediği takdirde tazminat ödemesine karar vermiştir (Pınar, 2018). Bu karar hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorusu, ikincisi ise "Türkiye'de geçtiğimiz yıllarda bir baba, eski eşine çocuklarının fotoğrafını sosyal medyada yayınladığı gerekçesiyle açtığı davayı kazanmıştır. Mahkemenin verdiği karara göre

velayet babaya geçmiş, annenin hesabındaki tüm fotoğraflar sildirilmiştir ("Mahkeme çocuklarını reklam", 2017). Bu karar hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorularıdır.

İki soruda da katılımcıların bazı noktalarda ortak yorumlar yaptığı görülmüştür. Bunlar Tablo XII'de sunulmuştur.

Tablo XII. *Mahkeme kararlarına verilen tepkiler temasına ait kodlar ve frekanslar*

Tema	**Alt Kategoriler**	**Kodlar**	**Frekans (İtalya)**	**Frekans (Türkiye)**
Mahkeme kararlarına verilen tepki	Haklı / mantıklı / doğru karar	Çocuğun birey olması, izin alınması gerekliliği, doğru, mantıklı	231	135
	Saçma / abartı / ağır karar	Ebeveynin çocuk üzerinde olan hakkı, gereksiz dava sebebi, ergenlik dönemi sonuçları	76	148
	Farklı amaçla açılan bir dava	Velayet, para gibi sebepler	12	74
	Kararsız	Dava açılması konusunda yaşanan kararsızlık	72	34

Tablo XII'den de anlaşılacağı gibi iki ülkede açılan dava sonuçlarına gelen yorumlar ortak kategorilerde toplanabilmiştir.

İtalya örneği için gelen yorumların büyük çoğunluğunun mahkeme kararını destekleyen, mantıklı ve haklı bulan cevaplar verdiği görülmektedir. Örneğin katılımcı 88 "*Haklı olabilir en nihayetinde ne kadar çocuğu olsada onun özelini paylaşmadan önce izin alması en azından onunla bunu paylaşabilir diye düşünüyorum...",* katılımcı 275 *"Düşününce mantıklı, mahkemenin kararını haklı buluyorum. Bazen bir hevesle paylaşıyorum ama sonradan pişman*

oluyorum genelde." ve katılımcı 280 *"destekliyorum. çocuklar malımız değiller. onlar da birer birey" şeklinde düşüncelerini ifade etmiştir.* Katılımcıların bir kısmı ise bu kararı saçma ve abartı bulmuştur. Katılımcı 15 *"Bana abartı ve gereksiz geldi, bence büyüdüklerinde paylaşımlarımla mutlu olabilirler.",* katılımcı 29 *"Çocuğun kişisel haklarını düşündüğümüzde doğru bir karar ama annesi paylaştığı için dava açmasını saçma buldum" ve* katılımcı 349 *"Çocuktan izin almak gerektiğini düşündüğüm halde dava fazla abartılı olmuş"* şeklinde davayı abartılı ve saçma bulduklarını belirtmiştir. Katılımcıların bazıları ise bu konuda kararsız olduklarını belirtmiştir. Örneğin katılımcı 272 "*kararsızım olayın hukuka yansımış olması aile ilişkileri açısından çok hoş değil*" şeklinde, katılımcı 14 ise "*dava konusunda kararsızım*" düşüncelerini ifade etmiştir. Bazı katılımcılar ise ilgili olayı başka bir nedene dayandırmayı tercih etmiştir. Örneğin katılımcı 154 "*ergenlik döneminde çocuklar hassas olabiliyorlar*" diyerek, katılımcı 329 ise "*çocuğun başka sorunları vardır*" diyerek kendilerini ifade etmiştir.

Türkiye'den örnek verilen davada ise gelen tepkilerin büyük çoğunluğunun verilen kararı saçma, abartı ve haksız bulduğu yönünde toplandığı görülmektedir. Örneğin katılımcı 6 "*Çok saçma bir karar olmuş annenin de çocuğunun üzerinde babadan daha çok hakkı var ve çocuğunun fotosunu paylaşabilir*", katılımcı 76 *"Saçmalık olduğunu düşünüyorum! Bu hiçbir kadının anneliğini sorgulamayı gerektirecek bir şey değildi"* ve katılımcı 162*"Ağır bir karar . Ticari bir amaç gütmeden sadece sevdikleriyle insanların anılarını paylaşması bu denli ağır olmamalı"* şeklinde kararları saçma, ağır veya haksız bulduklarını ifade etmiştir. Katılımcıların bazıları ise kararın doğru olduğunu düşünmektedir. Örneğin katılımcı 41 "*Bu da yerinde bir karar, çocuklarının fotoğrafları üzerinden para kazanmak için bu durumu istismar eden anneler için iyi bir örnek olacaktır" ve* katılımcı 132 *"Kişisel hayata izinsiz müdahale edilmiş sonuçta. Kararı doğru buluyorum"* ifadelerini kullanmıştır. Bazı katılımcılar ise davanın amacının farklı olduğunu, babanın haksız olduğunu, bu durumu velayet için kullandığını düşünmektedir. Bu konuda katılımcı 164 *"Aynı baba fotoğraflar yayınlanmadan hayır*

diyebilirdi. Yani baba burada bence haksız, kadını sırtından vurdu" ve katılımcı 170 *"Boşanmadan önce eşinin fotileri paylaştığını bilip onaylıyor olma ihtimali yüksek olmasına rağmen boşanma aşamasında bunu kullanmış olabilir"* şeklinde bu davanın nedeninin babanın boşanma sürecinde durumu kullanmak isteği olarak yorumlamıştır.

5. Tartışma

Bu araştırmada, son yıllarda giderek yaygınlaşan ve ebeveynlerin çocukları hakkındaki kişisel bilgileri ve görüntüleri paylaşması olarak bilinen sharenting davranışının Türkiye'deki ebeveynler arasındaki sıklığını ve ebeveynlerin sharenting konusundaki farkındalığını belirlemek amaçlanmıştır. Toplamda 573 katılımcı ile gerçekleştirilen çalışmada ebeveynlerin sosyal medya kullanımları, sosyal medyada paylaşılan görüntülerin içerikleri, bu görüntülerin kimlerle paylaşıldığı da araştırılmıştır. Çünkü sharenting davranışının tehlike boyutu, paylaşılan görüntülerin sıklığı, içeriği ve kimlerle paylaşıldığına göre değişmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular beklenildiği gibi örneklem dâhilinde yer alan ebeveynlerin büyük çoğunluğunun sharenting davranışını gerçekleştirdiğini ortaya koymuştur. Bu araştırmanın çıkış noktası olan ve Çek Cumhuriyeti'nde Kopecky, Szotkowski, Aznar-Diaz ve Romero-Rodriguez (2019) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, Çek Cumhuriyeti ve İspanya'daki ebeveynlerin sharenting davranış sıklıkları, paylaşımların içeriği ve hangi platformlarda paylaşıldığı gibi birçok bilgi karşılaştırılmıştır. Buna göre Çek Cumhuriyeti'ndeki çalışmaya katılanların %85,8'i, İspanya'da çalışmaya katılanların %77,9'u çocuklarının görüntülerini paylaşmaktadır. Bu araştırmada ise bu oran %68,2 olarak bulgulanmıştır. Çalışmaya katılan Çek ebeveynlerin %59,8'i çocuklarının fotoğraflarını WhatsApp üzerinden, İspanyol ebeveynlerin ise %81,5'i WhatsApp, %57,4'ü Instagram ve %34,3'ü Facebook üzerinden görüntüleri yayınlamaktadır. Bu araştırmaya katılan Türk ebeveynlerin ise %42,7'si Instagram, %39,4'ü WhatsApp, %5,4'ü Facebook üzerinden görüntüleri paylaştığı belirlenmiştir.

Fotoğrafların kimlerle paylaşıldığı kişi ve gruplar incelendiğinde iki çalışmanın benzerlikleri olduğu görülmektedir. Kopecky, Szotkowski, Aznar-Diaz ve Romero-Rodriguez'in (2019) çalışmasında Çek ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini en çok sırasıyla yakın akrabalar, eşleri ve arkadaşlarıyla paylaştıkları belirtilmiştir. Bu araştırmada da yakın akrabalar (büyükanne ve büyükbaba, amca, dayı, hala, teyze vb.), eşler ve arkadaşlar sıralaması takip edilmiştir. Ayrıca öğretmenler ve uzak akrabalar bu araştırmada paylaşılan kişiler içinde yer almıştır.

Paylaşım sıklıkları incelendiğinde ise bu çalışmada ebeveynlerin büyük bir çoğunluğu ayda en az bir tane ve daha az fotoğraf paylaştığı görülmektedir. Bu sonuçlar Aslan ve Durmuş'un (2020) sharenting konusundaki çalışmasıyla da benzerlik göstermektedir. Fakat Bartholomew ve arkadaşları (2012) çalışmasında katılımcıların yarısından daha fazlasının ayda bir fotoğraftan daha fazlasını paylaştığını bulgulamıştır.

Bu araştırmada ebeveynlerin sadece görüntü paylaşım sıklıklarına değil paylaşılan görüntülerin içerisinde çocuklara ait kişisel bilgilerin olup olmamasına da odaklanılmıştır. Kopecky, Szotkowski, Aznar-Diaz ve Romero-Rodriguez (2019) tarafından Çek Cumhuriyeti'nde ve Brosch (2016) tarafından Polonya'da yapılan çalışmalar ile bu çalışmada benzer odaklar görülmektedir. Buna göre paylaşım yapan Çek ebeveynlerin büyük bir çoğunluğu çocuğunun ismini (%92,5) ve yüzünü (%68,62) paylaşmaktadır. Brosch (2016) da Polonya'da Facebook özelinde yaptığı çalışmada paylaşılan fotoğraflarda özellikle çocuğun isminin (%90,5) ve yaşının (%83,9) yer aldığını bildirmiştir. Paylaşım yapan Türk ebeveynlerin de büyük çoğunluğu çocuğunun yüzünü (%94,1) ve ismini (%80,5) paylaşmaktadır. Hatta çocuğun konumu, yaşı, cinsiyeti, bulundukları yerlerin tabelası gibi birçok kişisel bilgiyi de paylaştıkları görülmüştür.

Çalışmanın bir diğer sorusu ise paylaşılan fotoğraflarda yer alan çocukların yaş dönemleri ve fotoğraflarının içeriklerinin neler olduğudur. Çalışmanın sonucuna göre en fazla 0-2 yaş arasına denk gelen bebeklik dönemi fotoğraflarının paylaşıldığı görülmüştür. Choi ve Lewallen (2018) Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleştirdiği çalışmalarında ise 510 Instagram fotoğrafı incelenmiş ve paylaşılan fotoğraflarda çocukların en fazla okul öncesi dönem ve üstü yaş grubunda olduğu görülmüştür. Brosch (2016) ise çalışmasında çoğunlukla 0-8 yaş arası dönemin paylaşıldığını belirtmiştir. Bu farklılık, çalışmalarda ele alınan platformların farklı olmasından ve ülkemizde bebeklere olan ilginin ve tanınıp tanınmamasına aldırılmadan yöneltilen sevginin daha fazla olmasından kaynaklanabilir. Ayrıca ebeveynlerin en çok paylaştığı fotoğrafların doğum günü, mezuniyet gibi özel gün fotoğrafları, birlikte vakit geçirdikleri anların fotoğrafları ile kendilerine tatlı görünen anların fotoğrafları olduğu görülmüştür. En az paylaşılan fotoğraflar ise çocukların banyo veya duşta oldukları anlar olmuştur. Choi ve Lewallen (2018) de çalışmasında en çok çocukların aktivite yaptıkları ve eğlendikleri anların paylaşıldığını belirtmiştir. Brosch (2016) da benzer sonuçlar elde etmiştir, fakat bu çalışmada çok az bir orana sahip çıplaklık veya yarı çıplaklık içeren fotoğrafların oranı Brosch'un (2016) çalışmasında azımsanmayacak derecede fazla bulunmuştur. Bunun sebebinin kültürel farklılıklar olduğu savunulabilir.

Hollowey ve arkadaşları (2013) çalışmalarında annelerin babalardan daha çok paylaşım yaptığını bulgulamıştır. Bartholomew ve arkadaşları (2012) da yeni anne baba olmuş ve Facebook kullanan çiftlerle yaptıkları çalışmada annelerin %98'inin babaların ise %89'unun paylaşım yaptığını belirtmiştir. Bu çalışmada da benzer bir sonuç elde edilse de hem annelerin hem babaların paylaşım oranı diğer çalışmalar kadar yüksek bulunmamıştır. Ülkemizdeki ebeveynlerin sosyal medya kullanımları yüksek olmasına rağmen paylaşım oranının daha az görülmesi katılımcı profiliyle ilgili olabileceği gibi görüntü paylaşımını geleneksel olarak kullanmak istememeleriyle de açıklanabilir.

Araştırmada paylaşım yapan ebeveynlerin kullandıkları sosyal medya hesaplarıyla ilgili bazı bilgiler de edinilmiştir. Bu bilgiler paylaşılan görüntülerin kimin erişimine açık olduğunu öğrenmek için önem taşımaktadır. Buna göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu hesaplarını gizli moda alarak kullanmaktadır fakat azımsanmaması gereken bir kitle takipçilerinin hepsini tanımamaktadır. Ayrıca bu çalışmada, ebeveynlerin %73,1'i çocukların fotoğraflarını paylaşan üçüncü kişilerin takipçilerini tanımadıklarını da bildirmiştir. Bartholomew ve arkadaşları (2012) da çalışmalarına katılan annelerin hiçbirinin, babaların ise yalnızca %1'inin arkadaş listesindeki herkesi tanıdığını ve birçoğunun takipçileri veya takip ettikleriyle dışarıda hiçbir zaman görüşmediğini belirtmiştir. Her ne kadar bu çalışmada oranı az olsa da etiket (hashtag) kullanımı da görüntülerin tanınmadık birçok kişiye ulaşmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla ebeveynlerin hem kendi hesaplarında paylaştıkları hem de üçüncü kişilerin paylaştıkları görüntülerin kimler tarafından görüntüleneceğini kontrol etmek imkânsız hale gelmektedir.

Bosch (2016) çalışmasına katılan ebeveynlerin %53'ü tarafından çocuğun doğduğu bir ay içinde ve bazen daha hastaneden çıkmadan görüntüsünün paylaşıldığını belirtmiştir. Bu çalışmada ise bu oran %35,5 olarak bulunmuştur. Çalışmada oranın daha az bulunması doğum sonrası ritüellerin ülkemizde sıklıkla uygulanması ile ilgili olabilir. Doğum, lohusa ve bebek açısından tehlikelere açık olması nedeniyle hem anne ve bebek için hem de diğer akrabalar için korku ve kaygıların geride bırakılması adına birçok ritüele ev sahipliği yapan bir dönemdir. Ülkemizde bu konuda yapılan çalışmalar her bölgenin hatta her köyün kendine ait ritüelleri olduğunu gösterse de tüm coğrafyada özellikle ilk kırk gün lohusa ve bebeği al basması veya al kızı denilen kötü ruhtan korumak amaçlı yalnız bırakmamak, lohusa şerbeti yapıp kalabalıklara dağıtmak, bebek doğduğunda tuzlama ve kırk günü dolduğunda kırklama törenleri ile ad koyma töreni düzenlemek ve anne ile bebeği nazardan korumak için kırk gün boyunca dışarı çıkarmamak ortak olarak görülen ritüellerdendir (Vargün, 2018; Bulut, 2017). Tüm bunlar annenin ve babanın çocuklarının ilk 40 günü içinde herhangi bir görüntü paylaşmak için vakit

ayıramamasını veya nazardan korumak için paylaşım yapmak istememelerini açıklayabilir. Ancak diğer yandan ülkemizde doğum fotoğrafçılığına olan rağbetin arttığı, hatta birçok özel hastanenin hazırladıkları doğum paketlerine doğum fotoğrafçılığını eklediği görülmektedir (Şantaş ve Şantaş, 2017). Dolayısıyla bu oranın ileriki zamanlarda artış göstermesi beklenebilir. Yapılan paylaşımlarda problem haline gelen nokta ebeveynleri tarafından birçok çocuğun daha doğar doğmaz dijital ayak izlerinin oluşturulması ve dijital dünyaya kendisinin haberi dahi olmadan dâhil edilmesidir.

Çalışmada paylaşımlara gelen beğeni sayılarının sharenting davranışına neden olabilecek bir motivasyon olup olmadığı sorgulanmıştır. Buna göre katılımcıların %30'una yakını çocuklu fotoğraflara daha fazla beğeni geldiğini bildirmiştir. Fullard ve Reiling'e (1976) göre yetişkin insanlar bebek ve çocuk yüzlerine daha çok ilgi duymaktadır. Bu da gelen beğeni sayısının daha fazla olmasını açıklamaktadır. Çalışmaya katılan ebeveynlerin birçoğu bu durumun kendilerine hiçbir şey hissettirmediğini de belirtmiştir. Dolayısıyla bu durumun ebeveynleri daha fazla fotoğraf paylaşma konusunda motive edip etmediği sorusu cevapsız kalmaktadır.

Ebeyevenlerin paylaşım yaparken çocuktan izin alıp almaması araştırmanın farkındalık bölümü için önemli konulardan biridir. Aznar-Diaz ve Romero-Rodriguez'in (2019) çalışmasında Çek ebeveynlerin yalnızca %20'si paylaşım yaparken izin aldığını, %80'i izne gerek olmadığını bildirirken bu araştırmada katılımcıların sadece %33'ü izin aldıklarını, buna rağmen %84,4'ü izin almanın gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmada ebeveynlerin yarısı bu durumu suç olarak nitelendirmede kararsız kalsa da diğer yarısının büyük bir çoğunluğu suç olduğunu belirtmiştir. Araştırmada ebeveynlerin izinsiz fotoğraf paylaşımı durumunda meydana gelebilecek olası bir adli olayda yaptırım önerileri de istenmiş ve birçoğu sırasıyla uyarı, kınama, para cezası ve en sonunda hapis cezası yaptırımlarını önermiştir. Bu durumda çalışmaya katılan ebeveynlerin, suç olup olmadığı konusunda kararsız olanların dahi, izin

almadan fotoğraf paylaşılmasını bir suç olarak gördükleri söylenebilir Hukuk sistemine göre suç kavramı esasında kural, kanun veya hukukilik kazanan menfaatlere yönelik bir ihlal davranışıdır (Hafızoğulları ve Güngör, 2007). Bir davranışın suç niteliği kazanması için ceza hukukuna göre o fiilin hukuk düzeni ile yasaklanmış olması gerekmektedir (Karakeyha ve Usluadam, 2016). Böyle bir davranışın hukuk kurallarına aykırı olup olmadığına, aykırı olduğu durumlarda kişinin ne açıdan sorumlu olacağına ve uygulanacak olan yaptırıma ise hakim, savcı gibi yeterli teorik ve mevzuat bilgisine sahip hukuk uygulayıcıları karar verir (Sözüer, 2015). Ülkemiz yasa ve kanunlarında henüz sharenting davranışını tam anlamıyla kapsayan bir madde bulunmamakla birlikte Türkiye Cumhuriyeti Anayasası Madde 20'de ve Türk Ceza Kanunu Madde 134'te düzenlenmiş olan Özel Hayatın Gizliliği, Türk Medeni Kanunu Madde 24'te düzenlenmiş olan Kişilik Hakkı, 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nda ve Türk Ceza Kanunu Madde 136'ta düzenlenmiş olan Kişisel Verilerin Yayınlanması ile 7253 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'da düzenlenmiş olan Unutulma Hakkı kapsamında sharenting davranışı değerlendirilebilir. Tüm bunların yanında ülkemiz tarafından 14 Ekim 1990'da imzalanan ve 27 Ocak 1995'te yürürlüğe giren Birleşmiş Millet Çocuk Hakları Sözleşmesi maddeleri, özellikle en önemli maddelerinden biri olan çocukla ilgili alınacak bütün kararlarda çocuğun yüksek yararının gözetilmesi gerektiği ilkesi, göz önünde bulundurularak sharenting davranışının değerlendirilmesi mümkün olabilir.

Diğer yandan katılımcıların izinsiz görüntü paylaşımı konusundaki adli davalar ve sonuçları hakkındaki görüşleri de incelenmiştir. İtalya'daki dava için katılımcıların birçoğu dava konusunun haklılığını, verilen cezanın da yerinde olduğunu ifade ederken Türkiye'de gerçekleşmiş benzer bir dava için verilen kararın ağır olduğunu iletmiş, aynı zamanda dava sebebini nafaka gibi farklı kaynaklandığını yüklemişlerdir. Ek olarak katılımcıların birçoğu görüntülerde yer alan çocukların dönemsel olarak incelenmesi gerektiği ve esas olanın

görüntülerin ve paylaşılan bilgilerin içeriğinin olduğu yönündedir. Bu durumda ebeveynlerin farazi olarak önerdikleri yaptırımlar, başka ülkelerde gerçekten uygulandığında haklı bulunurken ülkemizde uygulandığında tepkiye neden olmuştur. Bu durum Tajfel ve Turner'in (1979) Sosyal Kimlik Kuramı ile açıklanabilir. Sosyal kimlik kuramı, kişilerin içlerinde bulundukları ulus, din, takım gibi sosyal kategorilerin kişilere bir sosyal kimlik kazandırdığını ve kişilerin bu kimlik sayesinde içinde bulundukları gruba karşı aidiyet hissettiğini söyler (Hogg ve Vaughan, 2013). Bu aidiyet duygusu ise kişilerin kendi gruplarına karşı iç grup yanlılığı adı verilen bir kayırmacılığa neden olmaktadır ve bu yanlılık özellikle toplulukçu kültürlerde yaygın görülmektedir (Akyürek, 2016). Bu doğrultuda yapılan çalışmalardan Hofstede ve arkadaşlarının çalışması (2010) bizim için önemli bir noktayı vurgulamaktadır: "Kişilerin iç veya dış gruptan olmasına göre değer standartları; ait olunan gruba göre ise kanunların uygulanması ve hakların tahakkuku değişir" (akt. Akyürek, 2016). Bu doğrultuda katılımcıların İtalya'daki örnekte verilen kararı daha fazla haklı bulup Türkiye'deki mahkemede verilen kararı haksız bulması iç grup yanlılığı açısından açıklanabilir.

Araştırmada katılımcı ebeveynlere paylaşılan herkese açık görüntülerin pedofili bireyler ve pornografik siteler için kullanıma açık olduğu konusundaki araştırma sonuçları hatırlatıldığında ebeveynlerin tekrar eski tutumlarına döndüğü, bu fotoğrafların paylaşılmaması gerektiğini belirttikleri görülmüştür. Katılımcıların bir kısmı kötü sonuçlarını bilip paylaşımlarını azalttığını fakat bitirmediğini söylemiş, büyük çoğunluğu ise yaptıkları paylaşımların kötü sonuçlarını korkunç olarak nitelendirmiş ve bunları ilk kez duyduğunu, bundan sonra paylaşacakları görüntüler konusunda çok dikkatli olacağını belirtmiştir. Bu durumda ebeveynlerin bu konudaki farkındalıklarının çok düşük olduğu söylenebilir. Nitekim Avustralya Hükümeti'nin çalışmasında ortaya çıkan sonuç da sadece ülkemizdeki ebeveynlerin değil başka ülkelerdeki ebeveynlerin de bu konudaki farkındalıklarının düşük olduğunun göstergesidir. Halbuki ebeveynlerin sosyal medya üzerinden yaptıkları kendilerine göre masum

paylaşımlar kimi zaman tahmin edilemeyecek yerlerde karşılarına çıkabilir. McCrum (2016) yaptığı haberde, Japon menşeili seks oyuncağı üreten bir şirketin, pedofili müşterilerine özel olarak kendilerine iletilen fotoğrafta yer alan çocuklar gibi gerçeğe çok yakın seks bebekleri ürettiğini ortaya çıkartmıştır. Birçok ülke çocuk görünümündeki seks bebeklerinin ticaretini engellemek amacıyla gümrük kapılarında dikkatli davranmaktadır. Örneğin İngiltere'de 2017 yılında 127 adet çocuk görünümünde seks oyuncağı ele geçirilmiştir. Avustralya'daki sınır kuvvetleri ise 2019 yılında Çin'den gelen sevkiyatta bu bebeklerin olduğunu öğrenmiş ve sevkiyata el koymuştur (Southgate, 2021). Firmanın sahibi olan Shin Takagi ise bu durumu çocukların gerçekten istismar edilmesini önlemek amacıyla yaptıklarını açıklamıştır. Avustralya Kriminoloji Enstitüsü'nden Brown ve Shelling (2019) ise sundukları raporda bu tür bebeklerin duygusal geri bildirim vermediği göz önüne alındığında, kullanıcıyı çocuk cinsel saldırı nedenlerinin olası zararlarına karşı duyarsızlaştırabileceğini ve çocuk cinsel istismarlarının artabileceğini belirtmiştir.

6. Sonuç ve Öneriler

Çalışma kapsamında, ülkemizdeki ebeveynlerin sharenting davranışı sıklıkları, ebeveynlerin bu konudaki farkındalıkları ve düşünceleri incelenmiştir. Çalışma sonucuna göre ülkemizde ebeveynlerin büyük bir çoğunluğunun sıklıkla çocuklarının görüntülerini paylaştıkları belirlenmiştir.

Ebeveynler tarafından paylaşılan görüntüler, paylaşımları görüntüleyenleri kontrol edemedikçe anı defteri oluşturmaktan uzak bir hale bürünmektedir. Paylaşım yapan ebeveynler bu sonucun farkında olmasalar da çeşitli ülkeler bu davranışı istismar olarak sınıflandırmaya başlamıştır. Sharenting davranışı sonucunda ortaya çıkan istismar bulguları, birçok ülkeyi çocukların görüntü ve bilgilerinin paylaşımına sınır getirmeye ve kanunlarla düzenlemeye yönlendirmiştir. Ülkemizde de ebeveynlerin artan sosyal medya kullanımları kapsamında bu konuyla ilgili hukuki davaların artacağı öngörülmektedir. Bu çalışmanın sonuçları, daha sonra

yapılacak bilimsel çalışmalarda kullanılabileceği gibi ülkemizde yapılacak hukuki düzenlemelerde ve adli çalışmalarda da kullanılabilir.

Çalışmanın bir yönü de ebeveynlerin farkındalığını saptamaktır. Ebeveynlerin sharenting ile ilgili bilgi sahibi oldukları görülse de bu konuda yeterli farkındalığa sahip olup olmadıkları tartışmalı bir konudur. Çünkü ebeveynlerin birçoğu ne yapması gerektiğini bilmekte fakat bildiklerini uygulamamaktadır. Öte yandan çalışmaya katılan birçok ebeveyn, çalışma sonrasında, çalışmada farkındalıklarını saptamak amacıyla sorulan sorulardan etkilendiklerini, birçok şey öğrendiklerini ve başkalarına anlatacaklarını belirtmiştir. Bilimsel çalışmaların esas amacı topluma katkı sağlamak olduğu için bu çalışmanın esas amaca hizmet ettiği düşünülmektedir.

Aynı zamanda çalışmanın bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. Çalışmaya katılan anne sayısının baba sayısından çok fazla olması babalar hakkında doğru yorum yapılmasını engellemektedir. Ayrıca çalışmaya katılanların eğitim seviyelerinde de eşitsizlik görülmektedir.

Çalışma kapsamında, ebeveynlerin bu davranışı neden yaptıkları sorgulanmamıştır. Fakat sharenting davranışının nedenlerini öğrenmek de davranışın sıklığı kadar önem taşımaktadır. Örneğin ebeveynlik teorileri sharenting davranışı için açıklayıcı özellikler taşıyabilir. Dolayısıyla çalışma, katılımcılarla ilgili eşitsizlik giderildiğinde ve kapsamı genişletildiğinde tekrarlanması halinde literatüre daha fazla katkı sağlayabilir.

7. Kaynakça

Ahioğlu-Lindberg, E.N. (2012). Çocuk yetiştirme açısından Türkiye'de çocukluğun tarihi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *31*(31), 41-52. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/pauefd/issue/11112/132851

Ainsworth, M. S. (1979). Infant–mother attachment. *American Psychologist, 34*(10), 932–937. doi:10.1037/0003-066x.34.10.932

Akyürek, S. (2016). Türkiye'de iç grup yanlılığının toplumsal adalete ve güvenliğe etkisi. *Journal of Europe – Middle East Social Science Studies, 2*(2), 161-179. doi: 10.21085/jemsos.83032

American Academy of Pediatrics. (2016). Researchers caution about potential harms of parents' online posts about children. Retrieved from https://www.aap.org/en-us/about-the-aap/aap-press-room/pages/researcherscaution-about-potential-harms-of-parents-online-posts-about-children.aspx

Arakerimath, A.R. ve Gupta, P.K. (2015). Digital footprint: Pros, cons, and future. *International Journal of Latest Technology in Engineering, Management & Applied Science, 4*(10), 52-56. Erişim adresi: https://www.ijltemas.in/DigitalLibrary/Vol .4Issue 10/52-56.pdf

Arslan Öncü, G. (2019). *Anayasa Mahkemesine bireysel başvuru el kitapları serisi-8: Özel yaşama ve aile yaşamına saygı hakkı.* Erişim adresi: *https://www.anayasa.gov.tr/ media/5604 /ozel_yasam_hakki.pdf*

Astam, F. K. ve Pınarbaşı, T. E. (2020, Haziran). "Çocuğunuz elimizde": Paylaşanababalık (sharenting) ve dijital kaçırma (digital kidnapping) kavramları çerçevesinde sosyal medyada çocuk [Öz]. İZÜ Sosyal Bilimler Lisansüstü Öğrenci Kongresinde sunulan

bildiri, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul. Erişim adresi: https://www.izu.edu.tr/docs/default-source/sosyal-bilimler-dergisi/kitap-son-i%C3%A7indekiler-ile.pdf?sfvrsn=22c5c3cf_0

AVG Technologies. (2010). *AVG Digital diaries: Digital birth - celebrating infants and toddlers online and offline.* Erişim adresi: http://www.avgdigitaldiaries.com/post/6874775716/digital-diaries-digital-birth-celebrating.

Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology, 52*(1), 1–26. doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.1

Bandura, A., Ross, D., ve Ross, S. A. (1963). Imitation of film-mediated aggressive models. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 66*(1), 3–11. doi: 10.1037/h0048687

Bartholomew, M. K., Schoppe-Sullivan, S. J., Glassman, M., Dush, C. M. K. ve Sullivan, J. M. (2012). New parents' Facebook use at the transition to parenthood. *Family Relations, 61*(3), 455-469. doi:10.1111/j.1741-3729.2012.00708.x

Baş, T. (2013). *Anket: Nasıl Hazırlanır? Nasıl Uygulanır? Nasıl Değerlendirilir? (7. bs.).* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Battersby, L. (2015, 30 Eylül). Millions of social media photos found on child exploitation sharing sites. *The Sydney Morning Herald.* Erişim adresi: https://www.smh.com.au/

Baumrind, D. (1967). Child care practices anteceding three patterns of preschool behavior. *Genetic Psychology Monographs, 75*(1), 43–88. Erişim adresi: https://psycnet.apa.org/record/1967- 05780-001

Baumrind, D. (1971). Current patterns of parental authority. *Developmental Psychology, 4*(1), 1–103. doi:10.1037/h0030372

Baumrind, D. (1978). Parental disciplinary patterns and social competence in children. *Youth & Society*, 9(3), 239-267. doi: 10.1177/0044118X7800900302

Baumrind, D. (1989). Rearing competent children. *Child Development Today and Tomorrow*, (s. 349-378) içinde. Erişim adresi: https://psycnet.apa.org/record/1988-98806-017

Baumrind, D. (1991). The influence of parenting style on adolescent competence and substance use. *The Journal of Early Adolescence, 11*(1), 56-95. doi: 10.1177/0272431691111004

Baumrind, D. (2012). Differentiating between Confrontive and Coercive Kinds of Parental Power-Assertive Disciplinary Practices. *Human Development, 55*(2), 35–51. doi:10.1159/000337962

Baumrind, D., Larzelere, R. E. ve Owens, E. B. (2010). Effects of preshool parents' power assertive patterns and practices on adolescent development. *Parenting: Science and Practice, 10*, 157-201. doi: 10.1080/15295190903290790

Bender, H.L., Allen, J.P., McElhaney, K.B., Antonishak, J. (2007). Use of harsh physical discipline and developmental outcomes in adolescence. *Development and*

Benedetto, L. ve Ingrassia, M. (2020). Digital parenting: raising and protecting children in media world. *IntechOpen*, 1-21. doi: 10.5772/intechopen.92579

Blum-Ross, A. ve Livingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, *15*(2), 110-125. doi: 10.1080/15405702. 2016.1223300

Boemmel, J. Ve Briscoe, J. (2001). Web quest project theory fact sheet of Urie Bronfenbrenner. *National-Louis University-Environmental Philosophies & Ethics.* Erişim adresi: http://ruby.fgcu.edu/courses/twimberley/EnviroPol/EnviroPhilo/Fact Sheet.pdf.

Boyd, D. ve Bee, H. (2006). *Lifespan development.* United Kingdom: Pearson

Bretherton, I. (1992). The origins of attachment theory: John Bowlby and Mary Ainsworth. *Developmental Psychology, 28*(5), 759–775. doi:10.1037/0012-1649.28.5.759

Brody, G. H., & Ge, X. (2001). Linking parenting processes and self-regulation to psychological functioning and alcohol use during early adolescence. *Journal of Family Psychology, 15*(1), 82–94. doi: 10.1037/0893-3200.15.1.82

Bronfenbrenner, U. (1977). *Toward an experimental ecology of human development. American Psychologist, 32*(7), 513–531. doi:10.1037/0003-066x.32.7.513

Bronfenbrenner, U. ve Evans, G. W. (2000). Developmental science in the 21st century: Emerging questions, theoretical models, research designs and empirical findings. *Social Development, 9*(1), 115–125. doi:10.1111/1467-9507.00114

Brosch, A. (2016). When the child is born into the internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook. *The New Educational Review, 43*(1), 225-235. Doi: 10.15804/tner.2016.43.1.19

Brown, R. ve Shelling, J. (2019). Exploring the implications of child sex dolls. *Trends & issues in crime and criminal justice*, 570. Erişim adresi: https://www.aic.gov.au/publications /tandi/ tandi570

Buchanan, R., Southgate, E., Smith, S. P., Murray, T. ve Noble, B. (2017). Post no photos, leave no trace: Children's digital footprint management strategies. *E-Learning and Digital Media, 14*(5), 275–290. doi: 10.1177/2042753017751711

Bulut, M. (2017). Geçiş ritüellerinden doğum: Sağaltım yolları. *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 12*(21), 121-132. doi: 10.7827/TurkishStudies.12019

Bush, K. R. ve Peterson, G. W. (2013*)* Parent-child relationships in diverse contexts. Peterson, G.W. ve Bush, K. R. (Ed.), *Handbook of Marriage and the Family* (s. 275-302) içinde. doi:10.1007/978-1-4614-3987-5_9

Bush, K. R. ve Peterson, G. W. (2013*)*. Conceptualizing cultural influences on socialization: comparing parent-adolescent relationships in the united states and mexico. Peterson, G.W. ve Bush, K. R. (Ed.), *Handbook of Marriage and the Family* (s. 177-208) içinde. doi:10.1007/978-1-4614-3987-5_9

Chazan, D. (2016, 1 Mart). French parents 'could be jailed' for posting children's photos online. *The Telegraph.* Erişim adresi: https://www.telegraph.co.uk

Child Act 1989, (2020, 20 Ekim). Erişim adresi: https://www.legislation.gov.uk/ukpga /1989/41/section/3

Child Health Evaluation and Research Unit, (2020). Parents on social media: Likes and dislikes of sharenting. C.S. Mott Children's Hospital National Poll on Children's Health2015;23(1):1-3.Erişim adresi: http://mottnpch.org/sites/default/files/ documents /031615_sharenting_0.pdf

Choi, G. Y. ve Lewallen, J. (2018). Say Instagram, kids!": Examining sharenting and children's digital representations on Instagram. *Howard Journal of Communications, 29*(2), 144-164. doi: 10.1080/10646175.2017.1327380

Clark, L. S. (2011). Parental mediation theory for the digital age. *Communication Theory, 21*(4), 323-343. doi: 10.1111/j.1468-2885.2011.01391.x

Clark, S. J., Davis, M. M., Singer, D. C., Matos-Moreno, A., Kauffman, A. D. ve Hale, K. (2015). Parents on social media: Likes and dislikes of sharenting: C. S. Mott

Children's Hospital National Poll. *National Poll on Children's Health*. Erişim adresi: https://mottpoll.org/sites/default/files/documents/031615_sharenting_0.pdf.

Clubhouse (2021, 13 Şubat). "Welcoming More Voices". Erişim adresi: https://www.joinclubhouse.com/welcoming-more-voices

Cohen, L., Manion, L. ve Morrison, K. (2000) Research methods in education (5. bs.). Routledge Falmer, London. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/ publication/44824604_Research_Methods_in_Education

Coyne, S.M., Radesky, J., Collier, K.M., Gentile, D.A., Linder, J.R., Nathanson A. ve ark. (2017). Parenting and digital media. *Pediatrics*, *140*(2), 112-116. doi: 10.1542/ peds.2016-1758n

DeMause, L. (2002). *The evolution of childhood*. The emotional life of nations. Erişim adresi: https://psychohistory.com/books/the-emotional-life-of-nations/chapter-8-the-evolution-of-childrearing/

Dijital Düşün Derneği, (2020, 24 Şubat). "Türkiye'de sosyal medyanın 10 yılı". Erişim adresi: https://dijitaldusun.org/turkiyede-son-10-yilda-sosyal-medya-kullanici-sayilari/

Dornbusch, S. M., Ritter, P. L., Leiderman, P. H., Roberts, D. F. ve Fraleigh, M. J. (1987). The relation of parenting style to adolescent school performance. *Child Development, 58*(5), 1244. doi:10.2307/1130618

Ebeveyn. (2020). Türk Dil Kurumu güncel sözlüğü içinde. Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr

Eisenberg, N., Cumberland, A. ve Spinrad, T. L. (1998). Parental socialization of emotion. *Psychological Inquiry, 9*(4), 241–273. doi:10.1207/s15327965pli0904_1

Eisenberg, N., Zhou, Q., Spinrad, T. L., Valiente, C., Fabes, R. A. ve Liew, J. (2005). Relations among positive parenting, children's effortful control and externalizing problems: A

three-wave longitudinal study. *Child Development, 76*(5), 1055–1071. doi:10.1111/j.1467-8624.2005.00897.x

Erişir, R. M. ve Erişir, D. (2018). Yeni medya ve çocuk: Instagram özelinde "sharenting" ("paylaşanababalık") örneği. *Yeni Medya Hakemli, Akademik, E-Dergi*, 4-5, 51-62. Erişim adresi: https://yenimedya.hacibayram.edu.tr/index.php/yenimedya/article/view/51/41

Family Online Safety Institute (2015). Parents, Privacy & Technology Use. Erişim adresi: https://www.fosi.org/policy-research/parents-privacy-technology-Use

Fisher, M. ve Taub, A. (2019, June 3). The interpreter: On YouTube's digital playground, an open gate for pedophiles. *The New York Times*. Erişim adresi: https://www.nytimes.com/2019/06/03/world/americas/youtube-pedophiles.html

Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist, 56*(3), 218–226. doi: 10.1037/0003-066X.56.3.218

Fullard, W. ve Reiling, A.M. (1976). An investigation of Lorenz's "babyness". *Child Development, 47*(4), 1191-1193. doi: 10.2307/1128462

Gökçearslan, Ş. (2016). Bilişim suçları ve etik. Şahin, S. ve Uluyol, Ç. (Ed.). Eğitimde *Bilişim Teknolojileri I-II* (s. 127-148 içinde). doi: 10.14527/9786053183846.05

Gönenç, Ö. (2003). İnternet ve Türkiye'deki gelişimi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,16,* 87-98. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/pub/iuifd/issue/22881/244683

Günüç, S. (2020). Sharenting eyleminin psikolojik açıdan değerlendirilmesi: Türk ve İngiliz annelerinin karşılaştırılması. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar,12*(1), 281-297. doi: 10.18863/pgy.795651

Haelle, T. (2016, October 28). "Do parents invade children's privacy when they post photos online?". *National Public Radio.* Erişim adresi: https://www.npr.org/sections/health shots/2016/10/28/4 99595298/do-parents-invade-chil drens -priva cy-when-they-post-photos-online

Hafızoğulları, Z. Ve Güngör, D. (2007). Türk ceza hukukunda suçların tasnifi. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi, 69*, 21-50. Erişim adresi: http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2007-69-298

Haley, K. (2020). Sharenting and the (potential) right to be forgotten. *Indiana Law Journal, 95(*3), 1005-1020. Erişim adresi: https://www.repository.law.indiana.edu/ilj/vol95/ iss3/9

Hall, C. ve Zarro, M. (2012). Social curation on the website Pinterest.com. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology, 49*(1), 1-9. doi: 10.1002/meet.14504901189

Halpenny, A. M., Nixon, E. ve Watson, D. (2009). *Summary report on parents and children's perspectives on parenting styles and discipline in ireland* (Rapor No: 13). Dublin: Trinity Collage Dublin. Erişim adresi: https://www.tcd.ie/tricc/assets/pdfs/crc-archive/2010-Nixon-Halpenny-Childrens-perspectives-on-parenting-styles.pdf

Herwijnen I., van der Borg J., Naguib M. ve Beerda B. (2018) The existence of parenting styles in the owner-dog relationship. *PLOS ONE, 13*(2). doi: 10.1371/journal.pone.0193471

Hoffman, M. (1960). Power assertion by the parent and its impact on the child. *Child Development, 31*(1), 129-143. doi:10.2307/1126389

Hoffman, M. L. (1963). Parent discipline and the child's consideration for others. *Child Development*, 34, 573–588. doi: 10.2307/1126753

Hoffman, M. L. (1984). Parental discipline, moral internalization, and development of prosocial motivation. Staub, E., D. Bar-Tal, D., J. J. Karylowski, J.J. ve Reykowski, J.J. (Ed.), *Development and maintenance of prosocial behavior* (s. 117–137) içinde. Erişim adresi: https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-1-4613-2645-8

Hogg, M. A. ve Vaughan, G.M. (2013). *Sosyal psikoloji*(7.baskı). (İ. Yıldız ve A. Gelmez, Çev.). İstanbul: Ütopya Yayınevi.(Orijinal çalışmanın basım tarihi 1995)

Holden, G. W. (2010). Theoretical perspectives on parenting. Parenting: a dynamic perspective (s.27-58) içinde. doi: 10.4135/9781452204000.n2

Hollowey, D., Green, L. ve Livingstone, S. (2013). Zero to eight. young children and their internet use. *London School of Economics and EU Kids Online.* Erişim adresi: *https://www.researchgate.net/publication/270583173_Zero_to_Eight_Young_Children_and_Their_Internet_Use*

Hu, Y., Manikonda, L. ve Kambhampati, S. (2014). What we Instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, *8*(1), 595-598. Erişim adresi: https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14578

Humphreys, L. (2018). The qualified self: Social media and the accounting of everyday life. The MIT Press, Cambridge. Erişim adresi: https://books.google.com.tr/books?id=9-

RVDwAAQBAJ&lpg=PR7&ots=LNbi91OxHB&dq=humphreys%2C%20lee%202018&lr&hl=tr&pg=PA1#v=onepage&q=humphreys,%20lee%202018&f=false

Instagram. (2013). Instagram statistics. http://instagram.com/press

İnan Kaya, G., Mutlu Bayraktar, D. ve Yılmaz, Ö. (2018). Digital parenting: Perceptions on digital risks. *Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi, 8(*1), 137-163. doi: 10.23863/kalem.2018.96

Jakhar, D., Kaul, S. ve Kaur, I. (2020). WhatsApp messenger as a teledermatology tool during coronavirus disease (COVID-19): from bedside to phone-side. *The Educational Journal of The British Association of Dermatologists, 45*(6), 739-740. doi:10.1111/ced.14227

Jones, E. D. (2005). Internet violence: A qualitative study of perspectives of parents and teachers on the effects of internet violence and the effectiveness of internet filters (Doktora tezi). ProQuest veri tabanından erişildi (Erişim no: 3209165).

Kaplan, A. M., ve Haenlein, M. (2009). The fairyland of second life: About virtual social worlds and how to use them. *Business Horizons, 52*(6), 563-572. doi: 10.1016/J.BUSHOR.2009.07.002

Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003

Kaplan, A. M., ve Haenlein, M. (2011). The early bird catches the news: Nine things you should know about micro-blogging. *Business Horizons, 54*(2), 105–113.
Doi: 10.1016/j.bushor.2010.09.004

Kaplan, D. E. (2018). Behaviorism in online teacher training. *Psychology, 9*, 570-577. doi: 10.4236/psych.2018.94035

Karakeyha, H. ve Usluadam A. K. (2016). Türk ceza hukuku öğretisinde suçun manevi unsuru bağlamında suç genel teorisine ilişkin görüşler. *Ceza Hukuku ve Kriminoloji Dergisi, 3*(2), 1-24. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuchkd/issue/30753/332428

Kartal, B. (2021, 24 Şubat). "Türkiye'de WhatsApp'tan Telegram ve Bip'e göç başladığını gösteren grafik". Erişim adresi: https://www.webtekno.com/turkiye-whatsapp-telegram-bip-goc-basladigini-gosteren-grafik-h104866.html

Kemeç, U. (2020). The effect of influencer credibility on brand trust and purchase intention: A study on Instagram (Yüksek lisans tezi). YÖKTEZ veri tabanından erişildi (Erişim no :637845).

Kemp, S. (2020, 30 Ocak). Digital 2020: Global digital yearbook. We Are Social web sitesinden erişildi: https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital yearbook?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2020&utm_content=Dual_Report_Promo_Slide

Keyes, C. L. M. ve Haidt, J. (2003). *Flourishing: Positive psychology and the life well-lived.* American Psychological Association. doi: 10.1037/10594-000

Kırcaali İftar, G. (1999). Bilim ve araştırma. A.A. Bir (Ed.), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (s. 3-10) içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Kinghorn, B. E. (2018, 13 Aralık). "Why shaming your children on social media may make things worse." The Conversation, Erişim adresi:https://theconversation.com/why-shaming-your-children-on-social-media-may-makethings-worse-108471

Kopecky, K., Szotkowski, R., Aznar-Diaz, I., Romero-Rodriguez, J. (2020). The ohenomenon of sharenting and its risks in the online environment. experiences from czech republic and spain. Children and Youth Services Review,110, 1-6. doi:10.1016/j.childyouth.2020.104812

Kumar, P. C. ve Schoenebeck, S. (2015). The modern day baby book: Enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook. 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing'te sunulmuştur. doi:10.1145/2675133.2675149

Kumar, P.C. (2019). "The real problem with posting about your kids online". *The Conversation* (2021, 29 Ocak). Erişim adresi: https://theconversation.com/the-real-problem-with- posting-about-your-kids-online-110131

Küçükali, A., ve Serçemeli, C. (2019). Çocukların sosyal medyadaki mahremiyet hakları ve sharenting üzerine bir uygulama: Atatürk üniversitesi örneği. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 68(12), 1176- 1186. doi: 10.17719/jisr.2019.3905

Latham, G. (1977). Special education IMC/LRC services: their use by teachers of the handicapped. *ExceptionalChildren*, *43*(5),313–314.doi:10.1177/001440297704300520

Levin E. (2011) Baumrind's parenting styles. Goldstein S. ve Naglieri J.A. (Ed.) *Encyclopedia of Child Behavior and Development* içinde. doi:10.1007/978-0-387-79061-9_293

Liman, M. (2020). Okulöncesi eğitime devam eden çocuğu olan ebeveynlerin sosyal medya kullanımları, benlik kurguları ve ebeveynlik stilleri arasındaki ilişkiler (Yüksek lisans tezi). YÖKTEZ veri tabanından erişildi (Tez no: 633822).

Liu, Y. (2016). From social media uses and gratifications to social media addiction: A study of the abuse of social media among college students (Yüksek lisans tezi). ProQuest veri tabanından erişildi (Erişim no: 10124145).

Livingstone, S., Olafsson, K., Helsper, E. J., Lupiáñez-Villanueva, F., Veltri, G. A. ve Folkvord, F. (2017). Maximizing opportunities and minimizing risks for children online: The role of digital skills in emerging strategies of parental mediation. *Journal of Communication, 67*(1), 82-105. doi: 10.1111/jcom.12277

Lonczak, H.S. (2020, 1 Eylül). What is positive parenting? a look at the research and benefits [Blog yazısı]. Erişim adresi: https://positivepsychology.com/positive-parenting/

Maccoby E.E. ve Martin J.A. (1983). Socialization in the context of the family: parent-child interaction. Handbook of Child Psychology. Socialization, Personality, and Social Development. Erişim adresi: https://www.scienceopen.com/document?vid=75acd250-bfdc-4f64-897d-b2f08bb89ea7

Mahkeme çocuklarını reklam yapan malzemesi yapan blogger annenin iki çocuğunu babaya verdi. (2017, 30 Haziran.) Erişim adresi: https://www.ntv.com.tr/turkiye/mahkeme-cocuklarini-reklam-malzemesi-yapan-blogger-annenin-iki-cocugunubabaya-verdi,qS8Pj79Zc0SNNhjagnJu8A

Majeski, J. (2016). Perceived parenting styles, emotional intelligence and their influence on achievement motivation among yount adults in the united states (Doktora tezi). ProQuest veri tabanından erişildi (Erişim No.10596929).

Manap, A. (2020). Anne babalarda dijital ebeveynlik farkındalığının incelenmesi (Doktora tezi). (Yüksek lisans tezi). YÖKTEZ veri tabanından erişildi (Tez no: 613073).

Maras, M. H., Miranda, M.D. (2014). *Forensic science.* Encyclopedia of Law and Economics, 1-6. Doi: 10.1007/978-1-4614-7883-6_11-1

Maraşlı, M., Suhendan, E., Yılmaztürk, N. H. ve Çok, F. (2016) Parents' shares on social networking sites about their children: Sharenting. *The Anthropologist, 24*(2), 399-406. doi: 10.1080/09720073.2016.11892031

Marwick, A. E. (2016). You may know me from YouTube: (Micro)Celebrity in social media. Marshall, P.D. ve Redmond, S. (Ed.) A Companion to Celebrity içinde. doi:10.1002 /9781118475089.ch18

Mascheroni, G., Ponte, C. ve Jorge, A. (2018). Digital Parenting: The challenges for families in the digital age. Göteborg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Erişim adresi: https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/12488016 /yearbook _2018_digital_ parenting.pdf#page=21

Matjasko, J. L., ve Feldman, A. F. (2006). Bringing work home: The emotional experiences of mothers and fathers. *Journal of Family Psychology, 20*(1), 47- 55. doi:10.1037/0893-3200.20.1.47/

Mazzone, S. ve Nader-Grosbois, N. (2017). How are parental reactions to children's emotions linked with Theory of Mind in children with Autism Spectrum Disorder? *Research in Autism Spectrum Disorders, 40,* 41–53. doi:10.1016/j.rasd.2017.05.003

McCrum, K. (2016, 28 Eylül). Lifelike child sex dolls created to 'stop paedophiles committing crimes'. *Mirror.* Erişim adresi: *https://www.mirror.co.uk/news/world-news/lifelike-child-sex-dolls-created-7177869*

McDaniel, B. T., Coyne, S. M. ve Holmes, E. K. (2012). New mothers and media use: Associations between blogging, social networking, and maternal well-being. *Maternal and Child Health Journal, 16*(7), 1509-1517. doi:10.1007/s10995-011-0918-2

Micheli, M., Lutz, C., ve Büchi, M. (2018). Digital footprints: An emerging dimen-sion of digital inequality. *Journal of Information, Communication & Ethics in Society*, *16*(3), 242-251. doi:10.1108/JICES-02-2018-0014

Montag, C., Błaszkiewicz, K., Sariyska, R., Lachmann, B., Andone, I., Trendafilov, B. Ve ark. (2015). Smartphone usage in the 21st century: who is active on WhatsApp?. *BMC Research Notes*, *8*(1), 1-6. doi: 10.1186/s13104-015-1280-z

Naab, T. (2019). Parents' online self-disclosure and parental social media trusteeship: How parents manage the digital identity of their children. *MedienPädagogik, 35*, 97–115. doi:10.21240/mpaed/35/2019.10.21.X.

Nalbantoğlu, S. (2018). Bir temel hak olarak unutulma hakkı. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, 9*(35), 583 – 605. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/980809

Nathanson, A. I. (1999). Identifying and explaining the relationship between parental mediation and children's aggression. *Communication Research, 26*(2), 124-143. doi: 10.1177/009365099026002002

Newbury,D. (1956). Reviewed work: behavior and development in childhood by alfred l. baldwin. The Elementary School Journal, 56(7), 330-331. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/999535

Nikiforou, M., Georgiou, S. N. ve Stavrinides,P. (2013). Attachment to parents and peers as a parameter of bullying and victimization. *Journal of Criminology, 2013*(4), 1-9. doi: 10.1155/2013/484871

Nikken, P. ve Opree, S.J. (2018). Guiding young children's digital media use: SES-differences in mediation concerns and competence. *Journal of Child and Family Studies, 27*(6), 1844-1857. doi: 10.1007/s10826-018-1018-3

Nixon, E. Ve Halpenny, A. M. (2010). Children's perspectives on parenting styles and discipline: a developmental approach. (Rapor No:1 Dublin:Trinity Collage Dublin. Erişim adresi: https://www.tcd.ie/tricc/assets/pdfs/crc-archive/2010-Nixon-Halpenny-Childrens-perspectives-on-parenting-styles.pdf

Nottingham, E. (2019). Children's right to privacy in the age of 'generation tagged': sharenting, digital kidnapping and the child micro-celebrity. Murray, J., Swadener, B. B. Ve Smith, K. (Ed.) The routledge international handbook of young children's rights içinde. UK: Routledge Handbooks Online. doi: 10.4324/9780367142025

O'Connor, T. G. ve Scott, S. B. C. (2007). Theories concerning the links between parent-child relationships and child outcomes. *Parenting and outcomes for children* (s. 5-8) içinde. Erişim adresi:https://www.jrf.org.uk/sites/default/files/jrf/migrated/files/parenting- outcomes.pdf

Obar, J.A. ve Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challange: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, *39(*9), 745-810. doi: 10.2139/SSRN.2647377

O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies, 65*(1), 17-37. Munich Personal RePEC Archive veri tabanından erişildi (Erişim no: 4578).

Özkök, Ö. (2019). Sosyal medyada sanal kimlikler; sosyal medya fenomenlerinin benlik sunumları üzerine bir araştırma (Yüksek lisans tezi). YÖKTEZ veri tabanından erişildi (Erişim no: 546972).

Öztürk, E. (2017). *Travma ve Dissosiyasyon.* İstanbul: Nobel Tıp Kitabevi.

Öztürk, E. (2020). *Travma ve Dissosiyasyon: Psikotrravmatoloji Temel Kitabı* (Genişletilmiş ve güncellenmiş ikinci baskı). İstanbul: Nobel Tıp Kitabevi

Parent, J. M. (2017). Multidimensional assessment of parenting across three developmental stages. Unpublished doctoral dissertation. (Doktora tezi). ProQuest veri tabanından erişildi (Erişim No. 10120474).

Parental responsibility. (2020, 20 Ekim). Erişim adresi: https://childlawadvice.org.uk/information-pages/parental-responsibility/

Parenting. (2020). Cambridge dictionary içinde. Erişim adresi: https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce-t%C3%BCrk%C 3%A7e/parenting

Parenting. (2020). Collins dictionary içinde. Erişim adresi: https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/parenting

Parenting. (2020). Urban dictionary içinde. Erişim adresi: https://www.urbandictionary.com /parenting/

Pınar, Ö. (2018, 8 Ocak). Oğlunun fotoğraflarını izinsiz sosyal medyada paylaşan anne suçlu bulundu. *BBC News* Erişim adresi: https://www.bbc.com

Power, T. G. (2004). Stress and Coping in Childhood: The Parents' Role. *Parenting: Science and Practice, 4*(4), 271–317. doi: 10.1207/s15327922par0404_1

Power, T. G. (2013). Parenting dimensions and styles: a brief history and recommendations for future research. *Childhood Obesity, 9*(1),14-21. doi: 10.1089/chi.2013.0034

Psychopathology, 19(1), 227-242. doi: 10.1017/S0954579407070125.

Reis, H. T., ve Gable, S. L. (2003). *Toward a positive psychology of relationships.* Keyes, C. L. M. ve Haidt, J. (Ed.), *Flourishing: Positive psychology and the life well-lived* (s. 129–159) içinde. doi: 10.1037/10594-006

Rodrigo, M. J., Byrne, S. ve Rodriguez, B. (2013). *Parenting styles and child well-being*. A. Ben-Arieh, A., Casas, F., Frønes, I. ve Korbin, J.E. (Ed.), Handbook of child well-being: Theories, methods and policies in global perspective (ss.2173–2196) içinde. Erişim adresi:https://www.researchgate.net/publication/258994241_Parenting_Styles_and_Child_Well-being/citations

Rymanowicz, K. (2018). Keeping kids safe: The downside to "sharenting" on social media. *MSU Extension.* Erişim adresi: http://www.canr.msu.edu/outreach

Rymanowicz, K. (2018). Sharenting: The downside to posting about your children on social media. Retrieved from https://www.canr.msu.edu/news/sharenting-the-downside-to-posting-about-your-children-on-social-media

Salmela-Aro, K., Nurmi, J., Saisto, T. ve Halmesmäki, E. (2010). Spousal support for personal goals and relationship satisfaction among women during the transition to parenthood. *International Journal of Behavioral Development, 34*(3), 229-237. doi:10.1177/0165025409350956

Sánchez-Moya, A. ve Cruz-Moya, O. (2015). "Hey there! I am using WhatsApp": A preliminary study of recurrent discursive realisations in a corpus of WhatsApp statuses. *Procedia: Social and Behavioral Sciences, 212*, 52–60. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.11.298

Sandvig, C., Hamilton, K., Karahalios, K. ve Langbort, C. (2014, Mayıs). *Auditing algorithms : Research methods for detecting discrimination on internet platforms.* 64th Annual Meeting of the International Communication Association'da sunulan

bildiri, Seattle, USA. Erişim adresi: http://social.cs.uiuc.edu/papers/pdfs/ICA2014-Sandvig.pdf

Santrock, J. W. (2015). Yaşam boyu gelişim: gelişim psikolojisi (G. Yüksel, Çev.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık. (Orijinal çalışma basım tarihi 2011).

Schaefer, E. S. ve Bell, R. Q. (1957). Patterns of attitudes toward child rearing and the family. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 54*(3), 391–395. doi:10.1037/h0048159

Seay, A., Freysteinson, W. M., ve McFarlane, J. (2014). Positive parenting. *Nursing Forum, 49(3), 200–208.* doi:10.1111/nuf.12093

Serçemeli, C. (2020). Ebeveynlerin sosyal medyadaki "over-sharenting" davranışlarının hukuki açıdan değerlendirilmesi. *TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi, 12*(48), 229-238. doi:10.15189/1308-8041.

Serna, C. ve Martínez, I. (2019). Parental involvement as a protective factor in school adjustment among retained and promoted secondary students. *Sustainability,* doi:10.3390/su11247080

Serozan, R.(2011). Kişilik hakkının korunmasıyla ilgili bazı düşünceler. *İstanbul Üniversitesi Mukayeseli Hukuk Araştırmaları Dergisi,11*(14), 93-112. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr /tr/pub/iumhad/issue/1273/15252

Sharenting,(2021). Collins Dictionary. Erişim adresi: https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/sharenting

Sharenting, (2021). Urban Dictionary. Erişim adresi: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Sharenting

Shinohara, R., Sugisawa, Y., Tong, L., Tanaka, E., Watanabe, T., Onda, Y. ve ark. (2012). Influence of maternal praise on developmental trajectories of early childhood social competence. *Scientific Research, 3*(4), 533-539. doi: 10.4236/ce.2012.34081

Siibak, A. ve Traks, K. (2019). The dark sides of sharenting. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies, 11*(1),115-121. doi: 10.1386/cjcs.11.1.115_1

Slicker, E.K. ve Thomberry, I. (2002). Older adolescent well-being and authoritative parenting. *Adolescent and Family Health, 3*, 9-19.

Sorensen, S. (2016). Protecting children's right to privacy in the digital age: Parents as trustees of children's rights. *Children's Legal Rights Journal, 36*(3), 156-176. Erişim adresi:https://www.childrenslegalrightsjournal.com/childrenslegalrightsjournal/volüme _36_issue_3?pg=6#pg6

Southgate, E. (2021, 22 Nisan). Paedo caught with six sickening child-like sex dolls in his home and hundreds of images of child abuse. *The Sun*. Erişim adresi: https://www.thesun.co.uk/news/14734984/paedo-child-sex-dolls/

Sözüer, A. (2015). *Ceza hukuku uygulama rehberine giriş ve pratik çalışma notu.* https://cdn.istanbul.edu.tr/statics/cezahukuku-hukuk.istanbul.edu.tr/wpcontent/uploads/2015/01/Uygulama-Rehberi-2015.pdf

Steinberg, L., Mounts, N. S., Lamborn, S. D., & Dornbusch, S. M. (1991). Authoritative parenting and adolescent adjustment across varied ecological niches. *Journal of Research on Adolescence, 1*(1), 19–36.

Steinberg, S. B. (2017). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory Law Journal, 66*(4), 839-884. Erişim adresi: https://scholarlycommons.law.emory.edu/elj/vol66/iss4/2

Sukk, M., Soo, K. (2018). Preliminary findings of the EU Kids Online 2018 Estonian survey. Kalmus, V., Kurvits, R., Siibak, A. (Eds). Tartu: University of Tartu, Institute of Social Studies. Erişim adresi: https://sisu.ut.ee/sites/default/files/euko/ files/eu_kids _online_ 2018_ estonia_summary.pdf

Şantaş, G. ve Şantaş, F. (2017). Özel hastanelerin hizmet pazarlamasında yeni trend: Doğum paketleri. *KTÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 7* (13), 55-68. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbed/issue/30354/327797

Tajfel, H. ve Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin, & S. Worchel (Eds.), The social psychology of intergroup relations (pp. 33-37). Monterey, CA: Brooks/Cole. Erişim adresi:

Temizdemir, H. A. (2018). Ebeveyn- çocuk internet kullanımı, aile içi iletişim, çocukların uyku kalitesi ve sosyal becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). YÖKTEZ veri tabanından erişildi (Tez no: 513240).

Top 20 TikTok Statistics Marketers Need to Know: TikTok Demographics & Key Data. *(*11 Haziran 2020). Mediakix. Erişim adresi: https://mediakix.com/blog/top-tik-tok-statistics-demographics/

Topuzoğlu, A., Demirkale, A. ve Demir, S. C. (2018). *Çocuk hakları mevzuatı*. İstanbul: İstanbul Barosu Yayınları

Turner, J. C. (2005). A place for attachment theory in child life programming: The potential to assess the quality of parent–child relationships. *Child and Youth Care Forum, 34(3), 195–207.* doi:10.1007/s10566-005-3469-0

Ubelaker, D. (2013). *Introduction.* D. Ubelaker (Ed.). Forensic Sciences: Current Issues, Future Directions içinde. Erişim adresi :https://books.google.com.tr/ books?id=pOtjI8mIPSoC

&lpg=PT9&ots=xJ79D4rGJa&dq=forensic%20sciences%20american%20academy&lr&hl=tr&pg=PT21#v=onepage&q&f=false

UKEssays. (2018). Bronfenbrenner bioecological theory and Baumrind parenting style. https://www.ukessays.com/essays/young-people/bronfenbrenner-bioecological-theory-and-baumrind-parenting-style-theory-children-and-young-people-essay.php?vref=1

Uzun, S.(2020). Velayet hakkı bağlamında çocuğun görüntüsünün sosyal medyada paylaşılması ve ortaya çıkabilecek hukuki meseleler. Erişim adresi: http://humanistburo.org/dosyalar/humdosya/Cocugun%20Goruntusunun%20Sosyal%20Medyada%20Paylasilmasina%20Dair%20Hukuki%20Meseleler%20(S.Uzun).pdf

Üzer Altuntaş, G. E. (2017). *Velayet ve kişisel ilişkide baba figürü* (Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul). YÖKTEZ veri tabanından erişildi (Erişim no: 478812).,

Vargün, B. (2018). Doğum ve doğum sonrasında anne ve bebeğin korunmasına ilişkin geleneksel uygulamalar. *International Journal of Human Sciences, 15*(2), 870-880. doi: 10.14687/jhs.v15i2.5309

Various theories and aspects of positive parenting. (2020, 20 Ekim). Erişim adresi: https://www.universalclass.com/articles/self-help/various-theories-and-aspects-of-positive-parenting.htm

Verswijvela, K., Walravea, M., Hardiesa, K. ve Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review, 104* (2019), 1-10. doi: 10.1016/j.childyouth.2019.104401

Wagner, A. ve Gasche, L.A. (2018). Sharenting: Making decisions about other's privacy on social networking sites. *Multikonferenz Wirtschaftsinformatik*, 977-988. Erişim adresi: https://mkwi2018.leuphana.de/wp-content/uploads/MKWI_81.pdf

We Are Social. (2020). Digital 2020: October. Erişim adresi: https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars

We Are Social. (2020). Digital 2020: Turkey. Erişim adresi: https://www.slideshare.net /DataReportal/digital-2020-turkey-january-2020-v01?from_action=save

Weimann, G. ve Masri, N. (2020) Research note: Spreading hate on TikTok, studies in conflict & terrorism, doi: 10.1080/1057610X.2020.1780027

Willson, M. (2019). Raising the ideal child? Algorithms, quantification and prediction. *Media, Culture & Society*, *41*(5), 620–636. doi: 10.1177/0163443718798901

World Healt Organization. (2006). Preventing child maltreatment: a guide to taking action and generating evidence. Erişim adresi : http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/ 10665/43499/9241594365_eng.pdf?sequence=1

Yan, X., Yang, J., Obukhov, M., Zhu, L., Bai, J., Wu, S. ve He, Q. (2019). Social Skill Validation at LinkedIn. Proceedings of the 25th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery & Data Mining – KDD '19. doi:10.1145/3292500.3330752

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Veri analizi.* Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (s. 242-262) içinde. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yüce, N. (2020). Sosyal medyada çocuk istismarı: Instagramda ebeveynler tarafından çocukların kullanımı üzerine bir inceleme (Yüksek lisans tezi). YÖKTEZ veri tabanından erişildi (Erişim no: 626265).

Zhang, R., Bai, B., Jiang, S., Yang, S., ve Zhou, Q. (2019). *Parenting styles and internet addiction in Chinese adolescents: Conscientiousness as a mediator and teacher support as a moderator. Computers in Human Behavior, 101, 144–150.* doi: 10.1016/j.chb.2019.07.019

8. Ekler

Ek-1 : Etik Kurul Onayı

Ek-2: Bilgilendirilmiş Onam Formu, Demografik Form ve Soru Formu

Sharenting Davranışı (Paylaşan Ebeveynlik) Bilgilendirilmiş Onam Formu

Sizi Doç. Dr. Neylan Ziyalar danışmanlığında Emine Ceren Eyrice tarafından yüksek lisans tezi kapsamında yürütülen "Sharenting Davranışı (Paylaşan Ebeveynlik) ve Ebeveyn Farkındalığı: 2020 Türkiye Örneklemi" başlıklı araştırmaya davet ediyoruz. Bu araştırmanın amacı ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarının fotoğraflarını paylaşmalarına dair istatistikleri ve bu konuya dair yasal süreçler hakkındaki farkındalığını ölçmektir. Araştırmada sizden tahminen 20 dakika ayırmanız istenmektedir. Araştırmaya sizin dışınızda tahminen 999 kişi katılacaktır. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır.

Çalışmada Sharenting Davranışı (Paylaşan Ebeveynlik) anketi altında bulundan, Demografik Bilgi Formu anketinde 11 soru, Sosyal Medya Kullanımı anketinde 7 soru, Sosyal Medyada Paylaşım Detayları anketinde 38 soru olmak üzere toplam 56 soruluk anketi doldurmanız beklenmektedir.

Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, size en uygun gelen cevapları içtenlikle verecek şekilde cevaplamanızdır. Bu formu okuyup onaylamanız, araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz anlamına gelecektir. Ancak, çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmayı bırakma hakkına da sahipsiniz. Bu çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak olup kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır; ancak verileriniz yayın amacı ile kullanılabilir. Tüm verileriniz, araştırmanın yayınlanmasını takip eden 5 yıl sonrasında veri tabanından kaldırılmak suretiyle (online formlarda bilgisayardan geri dönüşümsüz silinecek; yazılı formlarda kağıtlar parçalanacaktır) imha edilecektir.

İletişim bilgileriniz sadece izninize bağlı olarak çalışmanın sonucunun tarafınıza ulaştırılmasını istediğiniz takdirde alınacak ve kullanılacaktır.

* Bu çalışma İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul onayı ile yürütülmektedir.

Araştırmanın amacı ile ilgili verilen bu bilgiler dışında şimdi veya sonra daha fazla bilgiye ihtiyaç duyarsanız araştırmacıya şimdi sorabilir veya aşağıda belirtilen iletişim adreslerinden ulaşabilirsiniz.

Emine Ceren Eyrice
İletişim Bilgileri: 0531 601 45 75
eyriceceren@gmail.com

* Gerekli

1. Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce katılımcıya verilmesi gereken bilgileri okudum ve katılmam istenen çalışmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları anladım. Çalışma hakkında yazılı ve sözlü açıklama aşağıda adı belirtilen araştırmacı/araştırmacılar tarafından yapıldı. Bana, çalışmanın muhtemel riskleri ve faydaları sözlü olarak da anlatıldı. Kişisel bilgilerimin özenle korunacağı konusunda yeterli güven verildi. *

   Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

   - ◯ Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve telkin olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.
   - ◯ Çalışmaya katılmak istemiyorum.

Demografik Bilgi Formu

Bu bölümde sizin hakkınızda birkaç bilgi istenecektir. Devam etmek için lütfen eksiksiz doldurunuz.

2. Yaşınız *

   _____

3. Cinsiyetiniz *

   Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

   - ◯ Kadın
   - ◯ Erkek
   - ◯ Diğer: _____

4. Medeni durumunuz nedir? *

   Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

   - ◯ Bekar
   - ◯ Evli
   - ◯ Boşanmış
   - ◯ Eşi vefat etmiş (Dul)

5. En son mezun olduğunuz okul hangisidir? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ İlköğretim (İlkokul ve Ortaokul)
- ◯ Ortaöğretim (Lise)
- ◯ Önlisans
- ◯ Lisans
- ◯ Yüksek Lisans
- ◯ Doktora

6. Sosyoekonomik düzeyinizi nasıl tanımlarsınız? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Düşük
- ◯ Orta
- ◯ Yüksek
- ◯ Diğer: _____

7. Hangi bölgede ikamet etmektesiniz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Marmara Bölgesi
- ◯ Ege Bölgesi
- ◯ Akdeniz Bölgesi
- ◯ Güneydoğu Anadolu Bölgesi
- ◯ Doğu Anadolu Bölgesi
- ◯ İç Anadolu Bölgesi
- ◯ Karadeniz Bölgesi

8. Uzun süreli olarak yaşadığınız yer hangisidir? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Metropol (Büyükşehir)
- ◯ İl merkezi
- ◯ İlçe/Kasaba
- ◯ Köy

9. Çocuğunuz var mı? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır

10. Evet ise kaç çocuğunuz var?

_____

11. Çocuklarınızın cinsiyetlerini ve yaşlarını lütfen belirtiniz. (Örnek : Kız- 7 yaş Erkek-14 yaş gibi)

_____

12. Sosyal medya hesabınız var mı? *

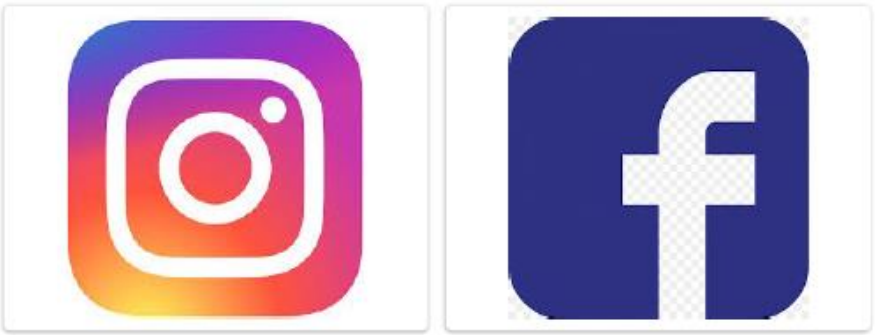
Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır, kullanmıyorum

Sosyal Medya Kullanımı

13. Sosyal medyada aşağıdaki uygulamalardan hangilerini kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.) *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.



☐ Instagram

☐ Facebook



☐ Twitter



☐ TikTok



☐ Pinterest



☐ Whatsapp

Diğer: ☐ _____

14. Sosyal medyayı ne sıklıkta kullanıyorsunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Çok sık(Günde 8 saatten fazla)
- ◯ Sık(Günde 6-8 saat arası)
- ◯ Biraz (Günde 4-6 saat)
- ◯ Az(Günde 2-4 saat)
- ◯ Nadiren(Günde 2 saatten az)

15. Sosyal medya hesabınız veya hesaplarınızın gizlilik durumu nedir? (her biri için ayrı değerlendirme yapınız)

Her satırda yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	Gizli	Herkese açık
Instagram	◯	◯
Twitter	◯	◯
Facebook	◯	◯
Diğer	◯	◯

16. Sizi takip edenlerin tamamı tanıdığınız kişiler mi? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır, aralarında tanımadıklarım da var.

17. Whatsapp Durum, Instagram Hikayesi, Facebook Durum gibi yerler koyulan fotoğrafın 24 saat boyunca görüntülendiği, daha sonra otomatik olarak silindiği yerlerdir. Bunlardan herhangi birini kullanıyor musunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet, kullanıyorum
- ◯ Hayır, kullanmıyorum

18. Bunları kullanıyorsanız, bu fotoğraflara özel olarak belirlenen kimlerin görüntüleyeceğine dair gizlilik ayarlamaları olduğunu biliyor musunuz ve bu ayarlamaları yaptınız mı? (Kullanmıyorsanız lütfen soruyu geçiniz.)

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Biliyorum, yaptım.
- ◯ Biliyorum ama yapmadım
- ◯ Bilmiyordum.

19. Çocuğunuzun fotoğraflarını/ videolarını herhangi bir sosyal medya platformunda paylaşıyor musunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır

Sosyal Medyada Paylaşım Detayları

20. Çocuğunuzun fotoğraflarını / videolarını hangi sosyal medya platformunda paylaşıyorsunuz / paylaştınız? *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- [ ] Instagram
- [ ] Facebook
- [ ] Twitter
- [ ] TikTok
- [ ] Pinterest
- [ ] Whatsapp Durum

Diğer: [ ] _____

21. Ne sıklıkta çocuklarınızın fotoğrafını / videosunu paylaşıyorsunuz? (Hikaye veya gönderi olarak) *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ( ) Her gün en az bir tane
- ( ) 2-3 günde bir en az bir tane
- ( ) Haftada bir gün en az bir tane
- ( ) Ayda bir gün en az bir tane
- ( ) Çok daha az aralıklarla/ nadiren

22. Çocuğunuzun/ çocuklarınızın paylaştığınız fotoğrafların/videoların içerikleri nelerdir? (birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.) *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- [ ] Yemek yerken
- [ ] Uyurken
- [ ] Yüzerken (havuz/deniz)
- [ ] Banyo veya duştayken
- [ ] Oyun oynarken
- [ ] Birlikte / aile ile vakit geçirirken
- [ ] Doğum günü / mezuniyet gibi önemli bir an
- [ ] Evcil hayvan ile oynarken
- [ ] Size tatlı gelen herhangi bir an

23. Çocuğunuzun yaş dönemlerini göz önüne aldığınızda en fazla hangi dönemini sosyal medya üzerinden yayınladınız / yayınlıyorsunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Bebeklik fotoğrafları
- ◯ 1-3 yaş arası
- ◯ 3-5 yaş arası
- ◯ 5-12 yaş arası
- ◯ 12-18 yaş arası
- ◯ Diğer: _____

24. Çocuğunuzun yeni doğduğunda çekilen bir fotoğrafını/videosunu sosyal medya hesabınızdan yayınladınız mı? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır

25. Çocuğunuzun fotoğrafını herhangi bir platformda profil fotoğrafı olarak kullandınız mı/ kullanıyor musunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır

26. Çocuğunuzun bir anını yakınlarınızla özel olarak paylaşmak istediğinizde hangi platformu kullanıyorsunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Whatsapp
- ◯ Telegram
- ◯ E-posta
- ◯ Skype
- ◯ Instagram DM
- ◯ Facebook Messenger
- ◯ Diğer: _____

27. Çocuğunuzun fotoğrafını/videosunu en sık kiminle paylaşırsınız? (Birden fazla işaretleme yapabilirsiniz.) *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- ☐ Eşiniz
- ☐ Çocuğun büyükanne veya büyükbabası
- ☐ Arkadaşlarınız
- ☐ Diğer akrabalarınız
- ☐ Çocuğunuzun öğretmeni

28. Çocuğunuzun fotoğrafını/videosunu başka kimler sosyal medyasında paylaştı/paylaşabilir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.) *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- ☐ Eşiniz
- ☐ Büyükanne veya büyükbaba
- ☐ Arkadaşlarınız
- ☐ İş arkadaşlarınız
- ☐ Çocuğunuzun öğretmeni

Diğer: ☐ _____

29. Daha önce doğum fotoğrafçısı, stüdyo fotoğrafçısı gibi çocuğunuzun fotoğrafını çeken kişiler kişisel veya iş yeri hesaplarında çocuğunuzun fotoğrafını/ videosunu paylaştılar mı? Paylaştılarsa sizden izin aldılar mı? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ( ) Paylaştılar, izin aldılar
- ( ) Paylaştılar, izin almadılar
- ( ) Paylaşmadılar

30. Sizden izin almadan paylaştıklarını düşünün. Bu durum sizi rahatsız eder mi? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ( ) Evet eder, onlara güvenmiyorum
- ( ) Eder ama bir sorun olacağını düşünmüyorum
- ( ) Hayır rahatsız olmam

31. Çocuğunuzun fotoğrafını/videosunu paylaşan üçüncü kişilerin takipçilerini tanıyor musunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ( ) Evet, hepsini tanıyorum.
- ( ) Hayır, tanımadıklarım var.

32. Tanımadığınız kişiler tarafından çocuğunuzun fotoğrafının/videosunun görüntülenmesi sizi rahatsız eder mi? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ( ) Evet eder.
- ( ) Hayır etmez.

33. Paylaştığınız fotoğraflarda/videolarda çocuğunuzun yüzü görünüyor mu? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Görünüyor
- ◯ Görünmüyor
- ◯ Emoji vb. şeylerle saklıyorum

34. Paylaştığınız fotoğrafların/videoların en az bir tanesinde çocuğunuzun ismini belirttiniz mi? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır

35. Paylaştığınız fotoğrafların/videoların en az bir tanesinde çocuğunuzun konumunu belirttiniz mi? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır

36. Paylaştığınız herhangi bir fotoğrafın/videonun arka planında çocuğunuzun gittiği okul, kurs gibi yerlerin tabelası görünüyor mu? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet, görünen fotoğraf/video var
- ◯ Hayır, yok.

37. Paylaştığınız fotoğrafların/videoların en az bir tanesinde çocuğunuzun herhangi bir kişisel bilgisini (yaş, cinsiyet gibi) belirttiniz mi? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır

38. Fotoğraf/video paylaşırken herhangi bir etiket (hashtag) kullanıyor musunuz? (Örneğin #baba #anne #çocuk #oyun #aile gibi) Kullanıyorsanız lütfen bu etiketi yazınız. Kullanmıyorsanız lütfen kullanmıyorum yazınız. *

_____

39. Hesabınız gizli olmadığı takdirde, bu etiketlerin dünyanın her yerinden görüntülenebildiğini biliyor musunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet, biliyorum ve buna rağmen kullanıyorum.
- ◯ Evet, biliyorum ve kullanmıyorum.
- ◯ Hayır, bilmiyordum.

40. Çocuğunuzu paylaştığınız fotoğrafların/videoların beğeni sayısı ortalama kaçtır? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ 0-50
- ◯ 50-100
- ◯ 100-150
- ◯ 150-200
- ◯ 200+

41. Çocuğunuzun yer almadığı, sadece sizin ve diğer kişilerin yer aldığı fotoğrafların/videoların beğeni sayısı ortalama kaçtır? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ 0-50
- ◯ 50-100
- ◯ 100-150
- ◯ 150-200
- ◯ 200+

42. Çocuğunuzun fotoğrafları/videoları daha fazla mı beğeni alır? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet, daha fazla beğeni alır.
- ◯ Hayır daha az beğeni alır
- ◯ Fark etmiyor

43. Bu durum size ne hissettirir? *

44. Sosyal medya uygulamalarına ne derece güvenirsiniz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Hiç güvenmem	◯	◯	◯	◯	◯	Çok güvenirim

45. En çok güvenerek kullandığınız sosyal medya uygulaması hangisi? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Instagram
- ◯ Twitter
- ◯ Facebook
- ◯ Tiktok
- ◯ Whatsapp
- ◯ Pinterest
- ◯ Diğer

46. Neden en çok bu platforma güveniyorsunuz? *

_____

_____

_____

_____

_____

47. Sosyal medyada paylaşılan görüntülerin kötü niyetli bir site tarafından kullanılabileceğini düşünüyor musunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet kullanırlar
- ◯ Hayır kullanmazlar

48. Sosyal medyada herkese açık olarak yayınladığınız bir fotoğrafı silseniz dahi internet ortamından tamamen silinmediğini, yıllar sonra karşılaşabileceğinizi bilmek sizi ne kadar tedirgin eder? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Tedirgin etmez.
- ◯ Az
- ◯ Biraz
- ◯ Çok tedirgin olurum.

49. Çocuklarınızın yayınladığınız fotoğraf/videolarının seneler boyu internet ortamında kalacağını bilmek sizi ne kadar tedirgin eder? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Tedirgin etmez.
- ◯ Az
- ◯ Biraz
- ◯ Çok tedirgin olurum.

50. Çocuğunuzla ilgili herhangi bir fotoğraf / video yayınlayacak olduğunuzda çocuğunuzdan izin alıyor musunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ İzin alıyorum
- ◯ İzin almıyorum
- ◯ İzin alacak yaşta değil

51. Fotoğrafları/videoları yayınlarken çocuğunuzdan izin almanız gerektiğini düşünüyor musunuz? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır, gerek yok

52. İtalya'da 16 yaşında bir çocuk, annesine "fotoğraflarını izinsiz yayınladığı" gerekçesiyle açtığı davayı kazanmıştır. Mahkeme annenin tüm fotoğrafları kaldırmasına, kaldırmadığı veya yeni fotoğraflar yüklediği takdirde tazminat ödemesine karar vermiştir. Bu karar hakkında ne düşünüyorsunuz? *

53. Avustralya Hükümeti'nin yaptığı bir çalışma sonucunda, pedofili (yetişkin bireylerin çocuklara yönelik cinsel eğilimi) içerikli sitelerde kullanılan fotoğrafların %50'sinden fazlasının sosyal medyada ebeveynlerin yayınladığı çocuk fotoğraflarından oluştuğu açıklanmıştır. Bu araştırma hakkında ne düşünüyorsunuz? *

54. Türkiye'de geçtiğimiz yıllarda bir baba, eski eşine çocuklarının fotoğrafını sosyal medyada yayınladığı gerekçesiyle açtığı davayı kazanmıştır. Mahkemenin verdiği karara göre velayet babaya geçmiş, annenin hesabındaki tüm fotoğraflar sildirilmiştir. Bu karar hakkında ne düşünüyorsunuz? *

55. Sizce ebeveynlerin çocuklarından izinsiz onların fotoğrafın/videolarını paylaşmaları suç mudur? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet suçtur.
- ◯ Hayır değildir.
- ◯ Kararsızım.

56. Sizce Türkiye'de çocuklarından izinsiz onların fotoğrafını/videosunu paylaşan ebeveynlere yönelik bir yaptırım (UYARI, KINAMA, PARA CEZASI, HAPİS CEZASI GİBİ) uygulanmalı mıdır? *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

- ◯ Evet
- ◯ Hayır

57. Cevabınız evet ise hangi yaptırımı uygun görürsünüz?

_____

58. Görüş ve önerileriniz bizim için değerlidir. Eklemek istediğiniz bir şey var mı?

_____

_____

_____

_____

_____

Bu içerik Google tarafından oluşturulmamış veya onaylanmamıştır.

Google Formlar

9. Özgeçmiş

Adı ve Soyadı: Emine Ceren

Eyrice **Doğum Tarihi:** 1995

Doğum Yeri: İstanbul

Unvanı: Psikolog

E-postası:

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Psikoloji	İstanbul Üniversitesi	2019

Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler:

Eyrice, E.C., Orhan, A., Uyar, İ. Ve Akar, G.(2017) Genç Yetişkinlerde Psikolojik Doğum Sırasının Romantik İlişkilerindeki Baş Etme Stratejilerine Etkisi 20. Ulusal Psikoloji Kongresi'nde poster bildiri olarak sunulmuştur, Ankara, 2018.

Kitap Bölümleri:

Ziyalar, N. ve Eyrice, E.C. (2022). Akran Zorbalığı. *Pediatrik Klinik Adli Tıp* kitabı içinde (s.193-209). Ankara: Seçkin Yayınları

Diğer yayınlar:

Eyrice, E.C., Babacan, H. ve Abdal, G. (2020) Uluslararası Travmaya Maruz Kalma Ölçeği (UTMKÖ) Türkçe Çevirisi. The International Trauma Consortium.