

Ebeveynlerin Çocuklarının Fotoğrafını Sosyal Medyada Paylaşmasının (Sharenting) Psikolojik Sonuçları: Bir Sharenting Olgu İncelemesi

Psychological Consequences of Sharenting: A Case Study

Şule Baştemur, Dilara Hatice Borucu, Sezer Bulut

Ordu Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık, Ordu, Türkiye

ÖZ

Amaç: Bu araştırmanın amacı ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşması ile gündeme gelen “sharenting” kavramının incelenmesi ve bu paylaşımların çocuk açısından olası sonuçlarının değerlendirilmesidir.

Gereç ve Yöntem: Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan olgu çalışması yöntemi kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme yöntemi ile ulaşılan bir Instagram annesinin tüm paylaşımları incelenmiştir. Fotoğrafların incelenmesinde doküman incelemesi, frekans analizi ve betimsel analiz yöntemi kullanılmış ve temalar belirlenmiştir.

Bulgular: Araştırmada bir sosyal medya ünlüsü ebeveynin sosyal medya hesabındaki paylaşımlarının çoğunun (%83) çocuğun içinde olduğu fotoğraflardan oluştuğu görülmüştür. Fotoğraflarda sıklıkla çocuğa ait bilgilerin paylaşılması da dört ana temayı oluşturmuştur. Bu temalar özel/gizli bilgiler, özel kıyafetler, duygusal anlar ve ticari amaçlar olarak saptanmıştır.

Sonuç: Elde edilen temalar çocuğun güvenliği ve özel bilgilerini paylaşmanın oluşturacağı olası zararlar bağlamında tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sharenting, sosyal medya, çocuk psikolojisi, çocuk ihmal ve istismarı, çocuk hakları

ABSTRACT

Objectives: The purpose of this study is to examine the new concept of “sharenting”, which emerged when parents shared their children’s photos on social media, and to evaluate the possible consequences of sharenting for the children.

Materials and Methods: Case study method, one of the qualitative research methods, was used in this study. All the posts of an Instagram mother reached by the criterion sampling method were analyzed. Document analysis, frequency analysis and descriptive analysis methods were used in the analysis of the photographs and themes were emerged.

Results: In the study, it was seen that most of the posts of the social media celebrity mom on the social media account were the photographs of her child (83%). Four themes, which were private/confidential information, private clothing, emotional moments and commercial purposes, were determined after descriptive analysis.

Conclusion: The obtained themes were discussed in the context of the child’s safety and the possible harms of sharing their private information.

Keywords: Sharenting, social media, child psychology, child neglect and abuse, children’ rights

Giriş

Sharenting, ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarına ilişkin bilgilerini, görsellerini paylaşmasını tanımlayan bir kavramdır. Sharenting, “share” (paylaşmak) ve “parenting” (ebeveynlik) kelimelerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur.¹ Türkçede ise kavram paylaş-anababalık olarak yer edinerek, alan yazında bu isimle kullanılmaktadır.² Sharenting anne babaların çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmadan duramamalarını ifade etmektedir. Başlangıçta masum olarak

görülen bu paylaşımlar süreç içerisinde sosyal medyanın kullanımının da artmasına paralel bir şekilde çocukları birçok yönden etkileyebilen bir durum haline gelmiştir.

Türkiye’de sosyal medya kullanımı her geçen gün artmaktadır. Facebook’un kendi istatistiklerine göre Türkiye’de 37 milyon aktif Facebook kullanıcısı bulunmaktadır ve dünyadaki ilk on ülke arasında yer almaktadır.³ Instagram kullanım sayısı ise bir önceki yıla göre artarak Türkiye’de 38 milyona yükselmiştir.³ Sadece sosyal medya kullanımı değil aynı zamanda sosyal

Yazışma Adresi/Address for Correspondence: Şule Baştemur, Ordu Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık, Ordu, Türkiye

Tel.: +90 544 716 05 06 E-posta: sulebastemur@odu.edu.tr ORCID: orcid.org/0000-0003-3940-0565

Geliş Tarihi/Received: 13.11.2020 Kabul Tarihi/Accepted: 24.12.2020

©Telif Hakkı 2021 Türkiye Çocuk ve Genç Psikiyatrisi Derneği / Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi, Galenos Yayınevi tarafından yayınlanmıştır.



medyada çevrimiçi olma süreleri de yıllar içerisinde artış göstermiştir. Türkiye’de bir önceki yıla göre internet ve sosyal medya kullanımları artmış, internet kullanımı 7 saate, aktif sosyal medya kullanım oranı ise %81’e yükselmiştir.³ Bu artışa paralel olarak da sosyal medyada yeni bir eğilim doğmuş, ebeveynlerin çocuklarının resim, video gibi görsellerini sosyal medyada kullanmaları yaygınlaşmaya başlamıştır. Süreç içerisinde isminde anne/baba olan hesaplar da yaygınlaşmaya başlamıştır.

Ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarının fotoğraflarını paylaşmalarının artışına yönelik birçok araştırma yürütülmüştür. Bu araştırmalar incelendiğinde annelerin çocuklarının fotoğraflarını paylaşma oranlarının %98, babaların ise %89 olduğu görülmüştür.⁴ Oran her ne kadar değişse de farklı çalışmalar benzer bulguları ortaya koymuştur. Başka bir çalışma annelerin %84’ünün, babaların ise %70’inin çocuklarının resimlerini sosyal medyada paylaştıkları görülmüştür.⁵ Bir başka araştırma ise ebeveynlerin çocukları 5 yaşına gelene kadar çocuklarının ortalama 1.000 fotoğrafını sosyal medyada paylaştıklarını göstermektedir.⁶ Ayrıca Amerika’da yürütülen bir araştırma çocukların 2 yaşına gelmeden sosyal medyada %92 oranla ebeveynleri tarafından fotoğraflarının paylaşıldığı yönündedir.⁷ Türkiye’de yürütülen bir araştırmaya göre ise ebeveynlerin %68’inin çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaştığı saptanmıştır.⁸ Ayrıca bu fotoğraflar herkese açık şekilde de paylaşılabilir.⁵ Bu araştırmalar incelendiğinde çocukların fotoğraflarının paylaşılma oranının yüksekliği dikkat çekmektedir. Bu çalışmalar ayrıca çocukların fotoğraflarının paylaşılma nedenlerine de vurgu yapmaktadır.

Ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını paylaşma nedenlerine bakıldığında en sık karşılaşılan nedenin sosyal medya aracılığı ile sosyal destek almak olduğu görülmektedir.^{4,9,10} Bir diğer neden çocuk büyütme sürecinde yalnızlaşan annenin kendi gibi diğer annelerle kurduğu iletişim ile yalnızlığını gidermeye çalışmasıdır.² Kimi ebeveynler ise sosyal medyanın öğretici özelliği nedeniyle sık sık çocuklarının fotoğraflarını paylaşmakta, iyi ebeveynlik yapma ile ilgili bilgileri diğer ebeveynlerden elde etmeye çalışmaktadır.⁶ Ayrıca ebeveynler kendilerinin iyi bir ebeveyn olduklarını kanıtlamak, toplumsal onay almak için de çocuklarının fotoğraflarını paylaşabilmektedirler. Bu durum onları iyi bir ebeveyn olduklarını düşünmeleri konusunda desteklemektedir.¹¹ Kimi ebeveynler ise kendi ebeveynliklerinin en iyisi olduğunu düşünmekte, hatta kendi çocuklarının da en iyi çocuk olduğuna yönelik düşünceler geliştirmekte, narsistik özelliklerle doğrudan ilişkili olarak bu durumu herkese gösterme ihtiyacı hissetmektedir.¹² Son olarak ebeveynler çocuklarının fotoğraflarını maddi kazanç elde etme amacıyla da paylaşabilmektedirler.¹³

Her ne kadar ebeveynler çocuklarının fotoğraflarını birbirinden farklı nedenlerle paylaşırsa da, bu paylaşımlarda dikkat edilmeyen bazı unsurlar bulunmaktadır. Örneğin; ebeveynler çocuklarının utançverici görüntülerini ya da bilgilerini de paylaşabilmektedir.¹⁴ Ayrıca paylaşımlarda çoğu kez konum bilgisi de paylaşılmakta ve paylaşımlar çoğu kez herkese açık olarak yapılmaktadır.^{5,15} C.S. Mott Çocuk Hastanesi Çocuk Sağlığı Ulusal Anketi’ne göre,

ebeveynlerin %68’i paylaştıkları fotoğrafların çocuklarının mahremiyetine zarar vereceğinin farkındadır. Örneğin; ebeveynlerin %67’sine göre çocukların fotoğrafları sosyal medyada başkaları tarafından yeniden paylaşılabilir ve %52’sine göre çocuklar paylaşılan bu fotoğraflarını görürse bundan rahatsızlık duyabilir. Bu araştırma ebeveynlerin olası riskleri bilmelerine rağmen fotoğraf paylaşmaya devam ettiklerini göstermektedir. Çocukların fotoğraflarının sıklıkla paylaşımı da çocukları kötü niyetli kişilere ve davranışlara karşı savunmasız hale getirmektedir.

Sosyal medyada paylaşılan çocuk fotoğraflarına yapılan yorumlar her zaman iyi niyetli olmamaktadır. Pedofili bireyler için açık bir fotoğraf pazarı haline gelen sosyal medya, çocuk istismarcılığının rahat olarak yapıldığı bir yer haline gelmiştir. Çocuk teşhirciliği yapan pedofili sitelerinde kullanılan fotoğrafların çoğunluğu sosyal paylaşım sitelerinden izinsiz olarak alınan ve kullanılan fotoğraflardır.¹⁶ Bununla beraber çocukların fotoğrafları çeşitli eşyaların üstüne izinsiz olarak kopyalanıp basılarak satılabilmektedir.⁶ Benzer şekilde ebeveynlerin paylaştıkları fotoğraflar başka bireyler tarafından kopyalanarak, çocuk kendi çocuklarıymış gibi davranmaları ile de sonuçlanabilmektedir. Bu duruma da “dijital çocuk kaçırma” denilmektedir.¹⁷ Çocukların fotoğraflarının paylaşılması dışarıdan gelecek tehlikelere çocuğu savunmasız bırakmasının dışında, çocuğun kendi benliği için de zararlı olabilmektedir. Nitekim çocuğun dijital ayak izleri ebeveynler tarafından oluşturulduğu için, bu durum çocuğun özel hayatı ve kimliği açısından çelişkiler yaşamasına neden olabilmektedir. Örneğin; çocukta bedeni hakkındaki kararların ve sorumlulukların kendisine mi yoksa ebeveynlerine mi ait olduğu ikilemi kafa karışıklığı yaratabilir. Bu durumun ise uzun vadede farklı ruhsal sorunlara yol açabileceği düşünülmektedir. Bu noktada ebeveynlerin bilinçlenmesi yeterli olmayabileceği için çocuğu kanunlarla da korumak gerekmektedir.

Kanunlar her ne kadar çocuğun ebeveynlerine yönelik sosyal medya paylaşımlarını içeren maddelere henüz sahip olmasa da çocuğun korunması ilkesine yönelik maddeler Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Türk Medeni Kanunu, Türk Ceza Kanunu, Çocuk Koruma Kanunu ve Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu içerisinde yer almaktadır.¹⁸ Böylece çocuk hakları devlet tarafından kontrol altına alınarak çocukların yetişkinlerden farksız olarak kişilik haklarının korunması amaçlanmıştır.¹⁹ Bu maddeler incelendiğinde ihmal ve istismara uğrayan çocuklarda, çocuğun yaşadığı sorunlu hayata ilişkin olarak devlet tarafından çocuğun korunması güvence altına alınmıştır. Çocuğun uygun olmayan fotoğraflarının paylaşılması ve gizliliğine dikkat edilmemesi dolayısıyla Anayasa’nın Kişinin Hak ve Ödevleri kısmında bireylerin özelliklerinin ve gizliliğinin korunması üzerinde durulmuştur.²⁰ Ayrıca Türk Ceza Kanunu’na bakıldığında çocukların özel hayatlarının, fotoğraflarının ve videolarının onların farkında olmadan paylaşılması ve gizliliklerine uyulmamasının kanunlar içinde cezalandırıcı boyutları bulunmaktadır. Ayrıca bunun dışında bu görüntüleri başka platformlar içerisinde ailelerden izinsiz olarak yayınlamak ve o görüntüleri başkalarına vermek de ceza kanunu içerisinde

değerlendirilir.²⁰ Türkiye devletinin kendi içinde olan kanunların dışında Türkiye'nin de katılımcısı olduğu Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, Çocuk Haklarının Kullanılmasına İlişkin Avrupa Sözleşmesi, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi gibi uluslararası sözleşmeler bulunmaktadır. Bu sözleşmeler incelendiğinde toplum içerisinde bulunan çocukların haklarının gözetilmesi, toplumda bulunan bireylerin çocuklar üzerindeki sorumluluklarını yerine getirmesi, çocukların gelişimlerinin sağlıklı bir şekilde desteklenmesi için aileler tarafından uygun ortam hazırlanıp korunması sözleşmelerde bulunan devletlerce imzalanarak ailelerinin çocukları üzerindeki yükümlülükleri belirlenmiştir.²¹ Son olarak, Çocuk Haklarının Kullanılmasına İlişkin Avrupa Sözleşmesi'nde; çocukların istekleri çerçevesinde kendilerini ilgilendiren davalara katılabilmeleri, hakları tehdit altında olduğu durumlarda kendilerini savunabilmeleri, dava sürecinde bilgi edinebilecekleri ve görüş belirtebilecekleri belirtilmektedir.¹⁸

Ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını paylaşırken en temel amaçlarından biri olarak çocuk büyütme süreçlerine diğer bireyleri de dahil etmek gösterilmektedir.²² Ayrıca ebeveynler çocuklarının görsellerini paylaşarak aslında kendi imajlarını oluşturmaya çalışmaktadırlar.²³ Kimi zaman ise toplum önünde iyi bir ebeveyn olduklarını vurgulamaya çalışmaktadırlar.²⁴ Ancak, bu süreçte gözden kaçırılan nokta bu paylaşımların çocuğu nasıl etkileyeceğinin değerlendirilmemesidir. Özellikle toplumda çocuklara zarar verme potansiyeli olan kişilerin bulunduğu düşünüldüğünde paylaşılan fotoğraflar çocukları tehlikelere karşı savunmasız bırakabilmektedir. Bu sebeple bu çalışmada çocuğunun fotoğraflarını herkese açık şekilde sosyal medyada paylaşan bir annenin Instagram paylaşımları incelenecek ve annenin kimi zaman bilinçli kimi zaman da farkına varılmayan şekillerde çocuğunun bilgilerini yabancılarla paylaşmasının olası sonuçları incelenecektir.

Gereç ve Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu araştırmanın oluşturulması öncesinde "Eğer kötü niyetli bir kişi olunsaydı ve bir çocuğa zarar vermek istenseydi, ebeveynlerin paylaşımları incelenerek çocuk hakkında hangi bilgilere ulaşılabilir?" sorusu araştırmacılara yol gösterici olmuştur. Böylece sosyal medyayı aktif olarak kullanan ve çocuğunun fotoğraflarını neredeyse her gün paylaşan bir annenin paylaşımları incelenmek istenmiştir. Bu sebeple de bu çalışmada nitel araştırma türlerinden olgu çalışması kullanılmıştır. Olgu çalışması sınırlı bir sistemin derinlemesine çözümlenmesi ve betimlenmesidir.²⁵ Araştırmada Yıldırım ve Şimşek²⁶ tarafından belirtilen sekiz aşama sırasıyla izlenmiştir. Araştırma konusunun belirlenmesi sonrası öncelikle araştırma soruları ve alt problemleri belirlenmiş, analiz birimi saptanmış, çalışılacak durum belirlenmiş, araştırmaya katılacak kişi belirlenmiş, veriler toplanmış, veriler analiz edilerek yorumlanmış ve çalışma raporlandırılmıştır. Araştırma için seçilen katılımcının profilinin herkese açık olması, çocuğun ya da ebeveynin herhangi bir kişisel kişisel bilgisi ya da

fotoğrafının paylaşılmaması nedeniyle herhangi bir onam belgesi alınmamıştır.

Katılımcılar

Bu çalışmada ölçüt örnekleme yöntemi ile belirlenen bir annenin sosyal medya hesabında paylaştığı fotoğraflar incelenmiştir. Ölçüt örnekleme yöntemi, daha önce belirlenen birçok ölçütü karşılayan tüm durumların çalışılmasıdır. Ölçütler araştırmayı yapan araştırmacı tarafından oluşturulur veya daha önceden hazırlanmış olan ölçütler listesi kullanılabilir.²⁷ Araştırmada ebeveynin en az bir çocuğunun olması, sosyal medyada kullandığı isminin "...anne" şeklinde olması, sosyal medya hesabının herkese açık şekilde görünür olması ve annenin ünlenmesinde sosyal medyanın etkisinin olması (annenin oyuncu, müzisyen, yazar vs. olmaması, tanınırlığını sosyal medya paylaşımları ile kazanmış olması) ölçütleri belirlenmiştir. Öncelikle bir sosyal medya platformu olan Instagram'da isminin yanında anne olan kişiler belirlenmiş ve annelerden bir liste oluşturulmuştur. Bu kişilerden paylaşımları sadece takip onayı isteyen kişiler, halihazırda başka nedenlerle ünlü olan kişiler çıkarılmıştır. Daha sonra bu listeden seçkisizlik ilkesine uygun olarak tesadüfi olarak bir kişi seçilmiştir. Bu örnekleme türünde herkesin örnekleme girme şansı eşittir. Bu sebeple seçilen kişi kura çekilerek belirlenmiştir. Seçilen kişi yaklaşık yüz bin takipçisi olan, günde ortalama 25 hikaye paylaşan, yaklaşık bin paylaşımı bulunan bir annedir.

Veri Toplama Aracı

Veri toplama süreci öncesi gerekli etik izinler alınmıştır. Verilerin toplama yöntemi olarak doküman analizi kullanılmıştır. Doküman analizi araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır.²⁶ Lee'ye²⁸ göre doküman analizinin veri kaynağı fotoğraf, film ya da videolar olabilmektedir. Film, fotoğraf ve video incelemelerinin bireylerin vücut hareketleri, yüz ifadeleri ve mimikler gibi sözel olmayan davranışlarını inceleme kolaylığı sağlaması gibi avantajları bulunmaktadır.²⁷ Bu çalışmada da sosyal medyada paylaşılan fotoğraflar derinlemesine incelenmiştir. Doküman analizi öncesi araştırmacılar tarafından içeriğinde bir soru listesinin olduğu bir excel dosyası oluşturulmuştur. Veri toplama sürecinde Bailey'in doküman incelemesi aşamaları kullanılmıştır.²⁶ İlk aşama olan analize konu olan veriden örneklem seçme aşamasında, veri setinden bir bölümün araştırmaya dahil olması için seçim yapılması gerekmektedir.²⁶ Ancak bu çalışmada annenin 1.061 fotoğraf paylaşımı yaptığı görülmüş, tüm fotoğraflar incelenmiştir. İkinci aşama olan kategorileri geliştirme aşamasında araştırmanın amacına göre kategoriler belirlenmiş, araştırmanın amacına paralel olarak çocuğa dair özel bilgiler, konular, özel kıyafetler gibi kategorilere yönelik sorular oluşturulmuştur. Soru örnekleri şu şekildedir: Annenin paylaşımlarının kaçında çocuk tek başınadır? Annenin paylaşımlarının kaçında çocuk annesi ile birlikte? Annenin paylaşımlarının kaçında çocuk babası ile birlikte? Annenin paylaşımlarının kaçında çocuk annesi ve babası ile birlikte? Çocuğun içinde bulunan paylaşımlarda çocuğun özel bilgileri (yaşadığı şehir, çocuğun okulu gibi) yer

almakta mıdır? Fotoğraflarda çocuk ile ilişkili konularda ürün tanıtımı yapılmakta mıdır? Çocuğun kaç fotoğrafında çocuğun üzerinde (mayo, bikini, iç çamaşırı, çocuk bezi, bornoz gibi) özel kıyafetler bulunmaktadır? Çocuğun içinde bulunduğu fotoğrafların kaçında konum paylaşılmıştır? Tüm bu soruların ortak amacı çocuğun özel bilgilerinin, görsellerinin paylaşım durumlarının incelenmesi olmuştur. Üçüncü aşama olan analiz biriminin saptanması aşamasında fotoğraflar yukarıda belirlenen sorulara uygun olarak incelenmiş, son aşama olan sayısallaştırma aşaması ile birleştirilerek veri toplama araçlarında yer alan sorular her fotoğraf için ayrıca incelenmiş, “var” ya da “yok” şeklinde işaretlenmiş, daha sonra tüm fotoğraflar değerlendirilerek sayısal değer ve yüzdelik hesabı yapılmıştır.

İstatistiksel Analizi

Veri çözümlemesinde çocuğun yalnız fotoğrafları, anne baba ile olan fotoğrafları, içinde çocuğun olmadığı fotoğraflar ve içerisinde özel bilgilerin, konumların olduğu fotoğrafların belirlenebilmesi için öncelikle frekans analizi kullanılmıştır. Daha sonra betimsel analiz yöntemi kullanılarak elde edilen verilerden bir liste oluşturulmuştur. Örneğin, “Çocuğun kaç fotoğrafında çocuğun üzerinde (mayo, bikini, iç çamaşırı, çocuk bezi, bornoz gibi) özel kıyafetler bulunmaktadır?” sorusuna “var” şeklinde işaretlenen fotoğraflar üzerinden betimsel analiz yapılmıştır. Önemli olan noktalar etiketlere not edilmiştir. Tüm veri analiz edildikten sonra elde edilen tüm etiketler soyut temalar olarak organize edilmiştir. Bu süreçte ayrıca karşılaştırmalar ve ilişkilendirmeler yapılarak ana temalar ortaya çıkarılmıştır. Araştırmada öncelikle tüm fotoğraflar incelenmiş, önemli yerlere etiket konulmuş, tüm etiketlerden elde edilen veriler kümelenmiş ve temalar ortaya çıkarılmıştır. Araştırmanın güvenilirliği için subjektif değerlendirmelerin önüne geçebilmek amacıyla fotoğraflar üç araştırmacı tarafından da ayrı ayrı incelenmiş, her fotoğrafın belirlenen kategoriye uygun olup olmadığı değerlendirilmiştir. Dış geçerlilik için genellemelerden kaçınılmıştır.

Bulgular

Tablo 1 incelendiğinde ebeveynin paylaşımlarının büyük bir kısmının (%83) içinde çocuğun görsellerinin olduğu fotoğraflar olduğu görülmektedir. Sosyal medya sayfası ebeveynin kendisine ait olmasına rağmen, fotoğrafların az bir kısmında (%16,3) çocuğun görseli bulunmamaktadır. Ayrıca paylaşımlarda sıklıkla çocuğun özel bilgileri, konum bilgisi, özel kıyafetli görselleri paylaşılmaktadır. Ayrıca ebeveyn yaklaşık her üç fotoğraftan birinde çocuğun görsellerini kullanarak ürün tanıtımı yapmakta ve maddi kazanç sağlamaktadır.

Temalar

Araştırmada dört tema elde edilmiş ve bu temalar aşağıda verilmiştir.

Özel/gizli bilgiler: Bu tema sosyal medyada paylaşılan fotoğrafların farkına varılan ya da varılmayan şekillerde çocuğa dair özel bilgiler içerdiği yönündedir. “Çalışmada ele

Tablo 1. Paylaşımların yüzde ve frekans değerleri

Kategoriler	N	%
Çocuğun yalnız olduğu fotoğraflar	537	50,6
Çocuğun anne ile olan fotoğrafları	297	27,9
Çocuğun baba ile olan fotoğrafları	23	2,1
Çocuğun anne/baba ile olan fotoğrafları	31	2,9
Çocuğun özel bilgilerinin olduğu fotoğraflar	127	11,9
Ürün tanıtımı yapılan fotoğraflar	337	31,7
Çocuğun özel kıyafetli fotoğrafları	30	2,8
Konum bilgisi paylaşılan fotoğraflar	54	5,0
Çocuğun içinde olmadığı fotoğraflar	173	16,3

alınan ebeveynin....oranında....paylaştığı görülmüştür” gibi bulgular eklenmelidir. Ebeveynin çocuğun en sevdiği ve asla hayır diyemeyeceğini belirttiği yiyecekler, çocuğun dünyaya geldiği andaki kilosu, boyu, doktoru gibi bilgiler, çocuğun gittiği okulun logosu önündeki fotoğrafları bu temanın öne çıkmasını sağlamıştır. Ebeveyn bu fotoğrafları paylaşırken, kimi zaman doğrudan bilinçli şekilde kimi zaman ise farkına varmadan paylaşmıştır.

Özel kıyafetler: Bu tema çocuğun özel kıyafetli hallerinin de paylaşımlarda yer aldığı yönündedir. Özel kıyafet sınırlaması olarak çocuğun atlet, külot, bikini, bez, bornoz gibi kıyafetleri sayılmaktadır. Bu fotoğraflar ebeveyn tarafından sansürlenmeden paylaşılmıştır. Bunun yanı sıra, kimi fotoğraflarda ise çocuğun gündelik kıyafetler içindeyken yaptığı bir hareket nedeniyle bez ya da iç çamaşırı gibi kıyafetlerinin görülmesi durumu da söz konusudur.

Duygusal anlar: Bu tema ebeveynin paylaştığı fotoğraflarda çocuğun duygusal anlarının da paylaşılmasını içermektedir. Fotoğraflarda sıklıkla öne çıkan duygu mutluluk olmakla birlikte, çocuğun ağladığı, öfkelenildiği, kızgın olduğu fotoğraflar da paylaşılmaktadır. Çocuğun mutlu olduğu fotoğraflarda çocuk sıklıkla anneye poz verirken, diğer fotoğraflar çocuğun belli bir duyguyu yaşarken annesi tarafından çekilen fotoğraflar şeklindedir.

Ticari amaçlar: Bu tema ebeveynin paylaştığı fotoğraflarda sıklıkla belli bir ürünün tanıtımının yapıldığını ifade etmektedir. Çocuğun sevdiği gıdalar, kıyafetler, mekanlar sıklıkla tanıtım ifadeleri içeren şekillerde fotoğraflarda yer almaktadır. Ürün tanıtımı yapılan fotoğraflarda çocuğun görselde kimi zaman o ürünü üzerinde taşımakta olduğu, kimi zaman ürünü elinde tutarak tanıtıma destek olduğu, kimi zaman ise, özellikle mekan fotoğraflarında, çocuğun eğlenceli zaman geçirdiği anlar paylaşılmaktadır. Bu şekilde de maddi gelir ya da ücretsiz ürün temini yapılmaktadır.

Frekans ve içerik analizinden elde edilen bilgiler etik nedenlerle kişisel bilgiler değiştirilerek aşağıda detaylı olarak verilmiştir.

Anne ebe (çocuğun doğumu ile çalışmayı bırakmış), baba ise şehirlerarası/ülkeler arası yolculuk yapan bir tır şofördür. Ailenin tek çocuğu olan Aslı 5 yaşındadır. Anne Instagram’da yaklaşık yüz bin kişi tarafından takip edilmektedir. Annenin

araştırmanın yapıldığı tarihe kadar bin üzeri (N=1.061) paylaşım yaptığı görülmüştür. Her gün ortalama olarak 25 hikaye paylaşmaktadır. Instagram hesabı herkese açıktır ve paylaşımları görebilmek için takip isteğine gerek bulunmamaktadır. Anne ilk paylaşımını 2017 yılında bir ultrason fotoğrafı ile yapmıştır. Bu da Aslı'nın henüz anne karnında iken sosyal medya ile tanışmış olduğunun göstergesidir. Annenin sayfası incelendiğinde paylaşımlarının hemen hemen hepsinin çocuğu Aslı'ya dair fotoğraflar olduğu görülmektedir. Araştırmanın incelendiği güne kadar 1.061 paylaşım yapmıştır ve bu paylaşımların 888 tanesi Aslı'nın da içinde olduğu fotoğraflardandır. Beş yüz 37 fotoğrafta Aslı tek başına, 297 fotoğrafta Aslı annesiyle, 23 fotoğrafta Aslı babasıyla, 31 fotoğrafta Aslı hem annesi hem babasıyla. Yüz 73 fotoğrafta ise Aslı yer almamaktadır. Toplam fotoğraflarla kıyaslandığında anne sayfasında içinde Aslı'nın olmadığı fotoğraf sayısının oldukça az olduğu görülmektedir.

Aslı'nın özel bilgilerinin yer aldığı 127 fotoğraf incelendiğinde, öncelikle Aslı'nın hangi hastanede doğduğu, hangi doktor tarafından dünyaya getirildiği, kaç kilo olarak dünyaya geldiği, doğduğundaki saç ve göz rengine dair bilgilerin olduğu fotoğraflar tespit edilmiştir. Aslı'nın doktorunun ismi araştırıldığında hangi şehirde olduklarına dair bilgi edinilmesi mümkündür (Doktorun o süre içerisinde başka bir şehre ya da hastaneye geçmiş olabileme ihtimali ya da doğumun farklı bir şehirde olma olasılığı nedeniyle şehir bilgisi net olarak sağlanmış sayılmamaktadır). Ancak anne sıklıkla Instagram'ın bir özelliği olan soru-cevap özelliğini kullanmakta, kendisine sorulan sorulara yanıtlar vermektedir. Bu yanıtlarda Aslı'nın özel bilgileri de anne tarafından paylaşılmaktadır. Bu sorulardan bazıları, Aslı'nın hangi saatlerde uyuduğu, hangi saatlerde uyandığı gibi sorulardır. Annenin paylaşımları incelendiğinde ise Aslı'nın en sevdiği etkinliğin bisiklet sürmek olduğu, okumaktan en keyif aldığı kitabın ismi, odasındaki yazı yazma tahtasına resimler çizmekten hoşlandığı, oyun hamurları ile uzun süre oynadığı bilgileri göze çarpmaktadır. Ayrıca yemekten en çok hoşlandığı şeylerin başında "top şeker" geldiği görülmektedir. Ev içi fotoğraflarda ise Aslı'nın odası ve Aslı'ya dair özel eşyaların fotoğraflarının da paylaşıldığı görülmektedir. Babaya dair sorulan sorular incelendiğinde, babanın ne kadar süre şehir ya da ülke dışında olduğu (seyahatlere göre değişmekle birlikte ortalama olarak 5 ay), babanın olmadığı zamanlarda anne ve Aslı'nın beraber kaldıkları görülmüştür. Özel bilgilerin incelenmesine devam edildiğinde, annenin yaşadığı şehrin neresi olduğunu doğrudan paylaşmadığı görülmektedir. Fotoğraflarda paylaşılan arabaların plakalarına bakıldığında hangi şehirde ikamet ettikleri bilgisi elde edilmektedir. Bu bilgi yukarıda bahsedilen doktorun çalıştığı il bilgisi ile de uyumaktadır. Bir mağazanın önünde çekilen bir fotoğrafa bakıldığında, mağazanın vitrinindeki telefon numarasının il kodu da bulunulan şehir bilgisinin teyit edilmesini sağlamıştır. Böylece Aslı'nın hangi şehirde yaşadığı, hobileri, asla hayır diyemeyeceği gıdalar, babanın evden ayrı kalma süresi ve bu sürede annenin Aslı ile yalnız yaşadığı gibi bilgilere ulaşılmıştır.

Aslı'nın fotoğrafları incelenmeye devam edildiğinde okul önünde çekilen bir fotoğrafa rastlanmıştır. Her ne kadar okul

bilgisi paylaşılmasa da okulun ambleminden kurumsal bir okul olduğu bilgisine kolaylıkla ulaşılmaktadır. Ayrıca anne Aslı'nın kaç saat orda kalacağı bilgisini de fotoğraf üzerine bir yazı ile belirtmiştir. Elde edilen şehir bilgisi ile okul bilgisi bir araya getirildiğinde ilgili şehirde okuldan bir tane bulunduğundan ailenin yaşadığı ilçe bilgisine de erişilmiştir. Ebeveyn aynı zamanda okuldan sonraki vakitlerini geçirdikleri parkta da Aslı'nın fotoğrafını paylaşmakta ve parkın evlerine çok yakın olduğu bilgisini de fotoğrafa eklemektedir. Paylaşılan bir fotoğraftaki küçük bir detay fark edilmiş, bu da parkın isminin de tespit edilmesini sağlamıştır. Parktaki parke taşlarında parkın ismi yazmaktadır. Şehir, ilçe, okul, park bilgilerine erişildikten kısa bir süre sonra anne evlerinin balkonundan bir fotoğraf paylaşmış ve belediyenin düzenlediği bir şenliği kendi sokaklarında gerçekleştirdiği bilgisini paylaşmıştır. Bunun üzerine ilgili şehrin, ilgili belediyesinin web sitesi incelenmiş, şenliğin yapıma adresi bulunmuştur. Bu durum da annenin ev adresine de ulaşılmasını sağlamıştır. Anne ayrıca ara sıra (54 tane) Aslı ile gidilen yerlerin (ev ve okul hariç) konum bilgisini de paylaşmaktadır. Bu durumda ailenin yaşadığı şehir, ilçe, Aslı'nın okulu hatta ev adresi de netleşmiştir.

Paylaşımlarda dikkat çeken bir diğer detay, Aslı'nın fotoğraflarında ürün tanıtımlarının da yapıyor oluşudur. Üç yüz 37 fotoğraf paylaşımında Aslı'nın oynamaktan, yemekten ya da giymekten keyif aldığı bir oyuncak, ürün ya da kıyafet gösterilmekte, fotoğraf altındaki açıklamalarda ürünün markasına dair tanıtımlar ve reklamlar yapılmaktadır. Aynı zamanda annenin paylaşımlarında sıklıkla bazı markalara kendilerine sağladıkları ürünler nedeniyle teşekkür edildiği görülmektedir. Bu durum da çocuğun ticari bir amaçla kullanıyor olduğunu düşündürmüştür. Son olarak 30 tane fotoğrafta Aslı'nın özel kıyafetler içinde olduğu görülmektedir. Bu özel kıyafetler arasında mayo, bikini, bez, atlet/külöt içeren fotoğraflar olmakla birlikte, kimi fotoğrafta ebeveynin dikkatsizliği yüzünden Aslı'nın özel kıyafetlerinin görüldüğü (hoplarken, oynarken eteğin açılması ve iç çamaşırının görülmesi gibi) saptanmıştır.

Tartışma ve Sonuç

Araştırma çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşan ve ünlü olan ebeveynlerle ilgili olarak, "Eğer kötü niyetli bir kişi olunsaydı ve bir çocuğa zarar vermek istenseydi, ebeveynlerin paylaşımları incelenerek çocuk hakkında hangi bilgilere ulaşılabilirdi?" sorusu ile ortaya çıkmıştır. Araştırmadan elde edilen bilgiler incelendiğinde ise bilinçli ya da farkında olunmayan şekillerde yapılan paylaşımlar aracılığı ile çocuğun yaşadığı şehir, okuduğu okul, hatta ev adresi gibi bilgilere ulaşılabilirdiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, fotoğraflarda özel kıyafetli hallerinin de paylaşıldığı görülmektedir. Çocuğun duygularının paylaşılması ve fotoğraflarda ürün tanıtımlarının bulunması elde edilen diğer bilgilerdir.

Ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını paylaşım paylaşımları ile ilgili net sınırlar olmamakla birlikte bu fotoğraf paylaşımlarının, ebeveynleri sosyal destek, yalnızlığın azaltılması, daha iyi ebeveynlik yapmaya dair bilgi alma gibi

konularında desteklese de çocuklar üzerinde gelecekte nasıl bir etki bırakacağı belirsizdir.^{2,4,6,9,10} Çocuğun öz iradesini kullanarak karar verebilecek düzeyde olmayışı, fotoğrafları paylaşırken çocuktan izin alınsa dahi, bu paylaşımların tartışmalı olduğu gerçeğini değiştirmemektedir. Araştırmada da annenin paylaşımları ile çocuğun özel/gizli bilgilerine ulaşılabilirdiği bulgusuna erişilmiştir. Minkus, Liu ve Ross tarafından yürütülen araştırma bulguları da annelerin sosyal medya paylaşımları ile çocukların isim, adres, yaş, doğum günü gibi özel bilgilerine ulaşılabilirdiğini göstermiş olup, çalışmamızda elde edilen bulguları desteklemektedir.²⁹ Hancock'un³⁰ belirttiği gibi "Bir çocuğun mahremiyetine yönelik en büyük tehdit, çocuklarının haklarından fedakarlık edecek konumda olan kendi ebeveynlerinden gelebilir". Bu sebeple ebeveynlerin kanunlarla sınırları çizilmiş olmasına rağmen çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşarak çocuğun gizlilik hakkını elinden almalarının çocukları risklere karşı savunmasız bırakabileceğini ek olarak bunun çocuk üzerinde birçok olumsuz etkisinin de olabileceğini düşündürmüştür.

Çocuğun üzerinde bırakacağı olumsuz etkiler incelendiğinde annelerin çocuklarının gizli ya da özel bilgilerinin paylaşımlarının oluşturduğu risklerden bir diğeri ise dijital çocuk kaçırmadır. Ebeveynlerin paylaştığı fotoğraflar başkaları tarafından çalınıp çocuğa dijital bir kimlik oluşturabilir. Böylece çocuk başka bir ailenin çocuğuymuşçasına davranılabilmektedir. Amerika'da özellikle bunun için eylemler yapılmış, imza kampanyaları düzenlenmiştir.¹⁷ İngiltere'de hazırlanan raporda özellikle kimlik sahtekarlığının üçte ikisinin ebeveynlerin paylaştıkları fotoğraflarla ilişkili olduğu belirtilmiştir.³¹ Aynı rapora göre paylaşılan çocuk fotoğrafları kötü niyetli kişiler tarafından ebeveynlerin hesaplarından alınarak çocuk adına yeni hesaplar açılabilmekte ve çocuk yetişkin olana kadar orada saklanabilmektedir. Bu da çocuğun ilerleyen yıllarda, her ne kadar ebeveyn fotoğrafı kaldırmış ya da silmiş olsa da, kötü niyetle kullanılmasına yol açabilmektedir. Bir diğer olasılık da bu fotoğrafların pazarlama amacıyla şirketlere bilgi toplayan ve satan kişiler tarafından kullanılabilirdiğidir.³² İnternet ortamında hiçbir bilginin yok olmayacağı düşünüldüğünde, sosyal medya kullanıcısı ebeveynlerin paylaştıkları fotoğrafların "bilgiyi güç olarak gören otoriteler" tarafından arşivleneceği ve sanal hayattaki izlerin yaşam boyu devam edeceği düşünülmektedir.³³

Çocuğun üzerinde bırakacağı bir diğer olumsuz etki, araştırmadan elde edilen ikinci tema olan özel kıyafetler teması ile paralel olarak çocuk cinsel istismarı riskidir. Pedofili yetişkin birinin çocuklara karşı cinsel istek duyması olarak tanımlanmaktadır.³⁴ Bu durum çocuğa doğrudan fiziksel olarak dokunması ile gerçekleşebileceği gibi, çocuğun görsellerini izleme şeklinde de olabilmektedir. Pedofili bir birey, bir annenin sosyal medya hesabını kullanarak çocuğun bilgilerine erişme ve çocuğu istismar için uygun ortamı arama gibi davranışlar içerisine girebilir. Kısaca çocukların görsellerinin sosyal medyada paylaşılması pedofili bireylerin çocuğa erişimini kolaylaştırmakta ve cinsel saldırılarını gerçekleştirmek için zemin hazırlayabilmektedir.³⁵ Nitekim çocuk teşhirciliği yapan pedofili sitelerinde yayınlanan

fotoğraf ve videoların, sosyal medyadan izinsiz olarak alınan ve kullanılan fotoğraflar olduğu bilinmektedir.¹⁶ İnterneti kullanarak çocuk pornografisine erişen bireylerin %30-80'i de cinsel istismarı eyleme dönüştürmektedir.³⁶ Bu sebeple çocuğun fotoğraflarının paylaşımı, çocuk istismarı noktasında çocuk için bir risk oluşturmaktadır.

Ebeveynlerin çocuklarına verdiği zararlardan biri de duygusal olarak çocuğun bu süreçten etkilenmesidir. Burada önemli olan diğer bir konu ise ebeveynin paylaştığı fotoğrafların içeriğidir. Özellikle çocuğun biraz daha büyüdüğünde görünce utanacağı fotoğraflar çocukta duygusal zararlara neden olabilmektedir.³⁷ Bu da araştırmadan elde edilen duygusal anlar teması ile açıklanabilmektedir. Bunun dışında, literatürde "internet child shaming" olarak tanımlanan ve Türkçe'ye "internette çocuk utandırma" şeklinde çevirisi uygun görülmüş olan bu uygulamada ebeveynler genellikle çocuklarını cezalandırmak için, çoğu kez çocuğun gördüğünde utanacağı ya da aşağılanmış hissedeceği görüntüleri sosyal medyada yayınlamaktadır. Yurtdışı basınında sıklıkla karşılaşılan bu durum karşısında bu cezanın çocuk için ne kadar uygun olup olmadığına dair sorular gündeme gelmiştir.³⁸ Bu düşünceleri destekleyen ebeveynler çocuklarını bu şekilde disipline etmek isterken bu paylaşımların bir çocuk istismarı olduğunu ve çocuklarına ciddi zararlar açabileceğini düşünen ebeveynler ise buna karşı çıkmaktadır.

Ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşarak ticari kar elde etmeye çalışmaları bir çeşit çocuk istismarı olarak kabul edilmektedir. Bu durum araştırmada ticari amaçlar teması altında ortaya çıkmıştır. Çocuklarının fotoğraflarını sıkça kullanan ebeveynlerden sıklıkla "micro-celebrity" şeklinde bahsedilmektedir. Bu kavram bireylerin kendi popülerliklerini artırmak için farklı teknolojileri (blog, sosyal medya gibi) kullanan, kendilerini başkaları tarafından tüketilecek kamusal bir kişilik olarak gören, takipçilerine hitap etmek için stratejik yakınlık kullanan ve kendisini takip edenleri hayranları gibi görenlerin kullandığı bir sunum tekniğidir.^{39,40} Micro-celebrity annelerin paylaşımlarında sıklıkla öne çıkan nokta, bu paylaşımlar aracılığı ile maddi kazanç elde ediyor olmalarıdır. Sharenting kavramı ile paralel olarak, bu ebeveynler kendi çocuklarının fotoğraflarından da benzer şekilde kazanç elde etmeye çalışmakta, böylece "micro-celebrity kids" kavramı ön plana çıkmaktadır. Bu çocukların görselleri sıklıkla ebeveynleri tarafından ticari amaçlarla paylaşılmakta, çocuklar bu fotoğraflarda ebeveynlerinin yaptıkları anlaşmaların karşılığı olarak bir ürünün reklamını yapmaktadır.¹³ Yurt dışında birçok markanın sosyal medyada takipçi sayısı fazla olan çocuklarla ticari anlaşmalar yürüttükleri bilinmektedir.⁴¹ Örneğin, Los Angeles'ta yaşayan 5.1 milyon takipçisi bulunan 7 yaşındaki bir çocuğa sponsorlu bir gönderi için 10 bin doların üzerinde ödeme yapılmaktadır.⁴² Abidin'e göre micro-celebrity ebeveynler kendi statülerini desteklemek ya da tanınırlıklarını artırmak için çocuklarını sosyal medyada ortaya çıkarmaya daha yatkındır.⁴³ Bu durum henüz kendi kararlarını veremeyecek olgunlukta olan çocukların ticari olarak istismar edildiklerini düşündürmektedir. Oysaki çocuk çocukluğunu yaşama hakkına sahiptir. On sekiz yaşın altında olan ve çalışan çocukların çocuk

işçisi olarak değerlendirildiği düşünüldüğünde micro-celebrity çocukların bu sınıfa alınması yanlış sayılmayabilir.

Annelerin çocuklarının fotoğraflarını paylaşarak oluşturdukları bir diğer risk çocuğun dijital ayak izlerinin ebeveynler tarafından oluşturulmasıdır. Daha dünyaya bile gelmeden anne karnındaki fotoğrafı paylaşılan çocuk dünyaya gelip büyüdüğünde kendi özel hayatı hakkında ne kadar söz sahibi olacağı konusunda kafa karışıklığı yaşayabilmektedir. Daha dünyaya gelmeden çocukların sosyal medyada olmaları kimlik edinmeye başladıklarını göstermektedir.¹ Bu durumda herkes “Çocuk kendi hayatından, bedeninden, kararlarından sorumlu mudur, yoksa bu sorumluluk ebeveyne mi aittir?” sorusunu düşünmelidir. Ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını paylaşmaları “makul sharenting var mı?” sorusunun ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Makul sharenting’in sınırlarının tam olarak ne olduğu bilinmese de Amerika’da 2 yaş altındaki çocukların %92’sinin dijital ayak izlerinin olduğu düşünüldüğünde, ebeveynlerin paylaştığı fotoğraflarda çocuğun tam olarak tanımlanamayacağı (sırtı dönük, yüzünün net görülmediği gibi) durumlarda risklerin daha düşük olduğu, buna karşılık çocuğun çok fazla, uygunsuz ve çocuğun kolaylıkla tanımlanacağı fotoğrafların da riskleri daha da artırdığı söylenebilir.^{44,45} Bu sebeple ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarında dikkat etmeleri gereken bazı önemli noktalar bulunmaktadır. Öncelikle ebeveynler, çocukları hakkında paylaşım yaparken arkadaş listesini ve paylaşımın herkese açık olup olmadığını göz önüne alarak hareket etmelidir. Pedofili olan bireylerin çocuk fotoğraflarına bakış açıları art niyetli olabileceğinden çocuğun deniz, havuz, park gibi ortamlarda çekilen fotoğrafların paylaşımına dikkat edilmelidir. Çocukların olduğu paylaşımlarda konum bilgileri belirtilmemelidir. Bunun yanında çocuğun kimlik bilgilerinin görüneceği paylaşımlar yapılmamalıdır.⁴⁶ İkinci olarak, çocukların fotoğrafları paylaşılırken onların da ayrı bir birey olduğu unutulmamalıdır. Bu paylaşımları algılamaya başladıklarında ve büyüdüklerinde ne hissedecekleri düşünülerek paylaşımlarda bulunulmalıdır.⁴⁷ Ayrıca, ebeveynlerin kullandıkları sosyal medya hesaplarından gizlilik ayarlarını yaparak kontrolü kendileri sağlamaları gerekmektedir. Böylece paylaşımların kimlere yönelik olacağı sınırlandırılmaktadır. Son olarak, anne ve babalar çocuklarının fotoğraflarını paylaşacakları zaman çocuklarının da izinlerini almaları gerekmektedir.⁴⁷ Bu izin her ne kadar çocuğun yaşı nedeniyle geçerli olmasa da, bu yolla çocuğun benlik gelişimine katkıda bulunularak çocuğun fikirlerinin önemsendiği hissettirilir.

Araştırmada tek bir anne ile çalışılması nedeniyle elde edilen bulgular sınırlı olup genelleştirilmesi uygun değildir. Bu sebeple gelecek araştırmacılara daha fazla anne ile çalışılmaları önerilmektedir. Ayrıca sharenting sadece annelerin bir davranışı olmadığından babaların da incelenmesi önemlidir. Ayrıca ebeveynlerin neden çocuklarının fotoğraflarını paylaşmayı tercih ettiklerinin ve bu paylaşımların çocukların üzerinde bıraktığı etkilerin neler olabileceği üzerine de çalışmaların yürütülmesi gelecek araştırmacılara önerilmektedir.

Etik

Etik Kurul Onayı: Çalışma için Ordu Üniversitesi Etik Kurulu’ndan onay alınmıştır (tarih: 25.11.2020 numara: 12/2020-92).

Hasta Onayı: Araştırma için seçilen katılımcının profilinin herkese açık olması, çocuğun ya da ebeveynin herhangi bir kişisel kişisel bilgisi ya da fotoğrafının paylaşılmaması nedeniyle herhangi bir onam belgesi alınmamıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Editörler kurulu ve editörler kurulu dışında olan kişiler tarafından değerlendirilmiştir

Yazarlık Katkıları

Konsept: Ş.B., S.B., D.H.B., Dizayn: Ş.B., D.H.B., Veri Toplama veya İşleme: S.B., D.H.B., Analiz veya Yorumlama: Ş.B., Literatür Arama: Ş.B., S.B., D.H.B., Yazan: Ş.B., S.B., D.H.B.

Çıkar Çatışması: Yazarlar tarafından çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Finansal Destek: Yazarlar tarafından finansal destek almadıkları bildirilmiştir.

Kaynaklar

1. Brosch A. When the Child is Born into the Internet: Sharenting as a Growing Trend among Parents on Facebook. *The New Educational Review*. 2016;43:225-36.
2. Erişir RM, Erişir D. Yeni Medya ve Çocuk: Instagram Özelinde ‘Sharenting’ ‘Paylaşanababalık’ Örneği. *Yeni Medya*. 2018;4:50-64.
3. Data Reportal. Digital 2020: Turkey, 2020. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>
4. Bartholomew MK, Schoppe-Sullivan SJ, Glassman M, Kamp Dush CM, Sullivan JM. New Parents’ Facebook Use at the Transition to Parenthood. *Fam Relat*. 2012;61:455-69.
5. C.S. Mott Children’s Hospital National Poll on Children’s. Health Parents on Social Media: Likes and Dislikes of Sharenting. 2015;3:1-2. http://mottnpch.org/sites/default/files/documents/031615_sharenting_0.pdf
6. Blum-Ross A, Livingstone S. “Sharenting,” Parent Blogging, and the Boundaries of the Digital Self. *Popular Communication*. 2017;15:110-25.
7. American Academy of Pediatrics. Researchers Caution About Potential Harms of Parents’ Online Posts about Children, 2016. <https://www.aap.org/en-us/about-the-aap/aap-press-room/pages/researchers-caution-about-potential-harms-of-parents-online-posts-about-children.aspx>
8. Altun D. An Investigation of Preschool Childrens’s Digital Footprints and Screen Times and of Parents Sharenting and Digital Parenting Roles. *International Journal of Eurasia Social Sciences*. 2019;10:76-97.
9. Keith BE, Steinberg S. Parental Sharing on the Internet: Child Privacy in the Age of Social Media and the Pediatrician’s Role. *JAMA Pediatr*. 2017;171:413-4.
10. McDaniel BT, Coyne SM, Holmes EK. New mothers and media use: associations between blogging, social networking, and maternal well-being. *Matern Child Health J*. 2012;16:1509-17.
11. Lazard L, Locke A, Dann C, Capdevila R, Roper S. Sharenting: Why Mothers Post about their Children on Social Media. *The Conversation*. 2018;9:1-4.
12. Rappoport A. Co-Narcissism: How We Accommodate to Narcissistic Parents. *The Therapist*. 2005;1:1-8.

13. Abidin C. Micromicrocelebrity: Branding Babies on the Internet. *M/C Journal*. 2015;18.
14. Family Online Safety Institute (FOSI). Parents, Privacy & Technology Use, 2015. <https://www.fosi.org/policy-research/>
15. Steinberg SB. Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social Media. 2017;66:839-84. <https://scholarship.law.ufl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1796&context=facultypb>
16. Battersby L. Millions of Social Media Photos Found on Child Exploitation Sharing Sites. 2016. <http://www.smh.com.au/national/millions-of-social-media-photos-found-on-child-exploitation-sharing-sites-20150929-gjxe55.html>
17. Miller B. The Creepiest New Corner of Instagram: Role-Playing with Baby Photos. 2014. <https://www.fastcompany.com/3036073/the-creepiest->
18. Serin H. Sosyal Medyada Çocuk Hakları İhlalleri: Ebeveynler ve Öğretmenler Farkında mı? Eskisehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 2019;20:1005-31.
19. Akyüz E. Çocuk Hukuku: Çocukların Hakları ve Korunması. Ankara: Pegem Akademi; 2010.
20. İnan-Kaya G, Kaya U. Bir Ebeveyn Pratiği Olarak 'Sharenting'. *Current Database in Education*. 2018;5:471-5.
21. Balo YS. Uluslararası İlişkiler Işığında Çocuk Koruma Kanunu ve Uygulaması. Ankara: Seçkin; 2005.
22. Duggan M, Lenhart A, Lampe C, Ellison NB. Parents and Social Media, 2015. <http://gradelevelreading.net/wp-content/uploads/2018/10/Role-of-Media-in-Supporting-Parent-Success-Pre-Readings-Combined.pdf>
23. Davidson-Wall N. "Mum, Seriously!": Sharenting the New Social Trend With No Opt-Out, 2018 Debating Communities and Social Networks OUA Conference. p.1-11. 23 Nisan-11 Mayıs, <http://networkconference.netstudies.org/2018OUA/wp-content/uploads/2018/04/Sharenting-the-new-social-trend-with-no-opt-out.pdf>
24. Damkjaer MS. 'Sharenting=Good Parenting? Four Parental Approaches to Sharenting on Facebook, İçinde: Mascheroni G. Ponte C. Jorge A. eds, Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age. Göteborg: Nordicom; 2018: p. 209-18.
25. Merriam SB. Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama için Bir Rehber. Selahaddin Turan, Çev. Ed. Ankara: Nobel; 2013.
26. Yıldırım A, Şimşek H. Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. 9. Baskı. Ankara: Seçkin; 2013.
27. Marshall C. Rossman GB. Designing Qualitative Research. Thousand Oaks. CA: Sage; 2009.
28. Lee RM. Introduction to Unobtrusive Methods. Unobtrusive Methods in Social Research. Philadelphia: Open University; 2000.
29. Minkus T, Liu K, Ross KW. Children Seen But Not Heard: When Parents Compromise Children's Online Privacy. Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web. 2015: p. 776-86
30. Hancock H. Weller Case Highlights Need for Guidance on Photography, Privacy and The Press. *Journal of Media Law*. 2016;8:17-31.
31. Coughlan S. 'Sharenting' Puts Young at Risk of Online Fraud. 21 May 2018. BBC News, <https://www.bbc.co.uk/news/education-44153754>
32. Nottingham E. Dad! Cut That Part Out! Children's Rights to Privacy in the Age of 'Generation Tagged': Sharenting, Digital Kidnapping and the Child Micro-Celebrity. İçinde: Murray J. Swadener BB, Smith K. Eds. The Routledge International Handbook of Young Children's Rights. London: Taylor & Francis; 2019:1-14.
33. Kızıllarlan A. Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkilerine Eleştirel Bir Yaklaşım. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. 2012.
34. American Psychiatric Association. Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5®). American Psychiatric Pub; 2013.
35. Duygulu S. Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşmanın Mahremiyet İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Değerlendirilmesi. TRT Akademi. 2019;4:428-87.
36. Erdoğan A. Pedofili: Klinik Özellikleri, Nedenleri ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*. 2010;2:132-60.
37. Kinghorn BE. Why Shaming Your Children on Social Media May Make Things Worse. 2018. <https://theconversation.com/why-shaming-your-children-on-social-media-may-makethings-worse-108471>
38. Apostolides Z, Harvey P. A Crying Shame: The Shocking Rise of Internet 'Child Shaming': How Parents are Taking to Social Media to Humiliate and Punish Their Kids on Camera. 9 April 2018. <https://www.thesun.co.uk/news/6006140/internet-child-shaming-parents/>
39. Senft T. Camgirls: Celebrity and Community in The Age of Social Networks. New York: Peter Lang; 2008.
40. Marwick AE. You May Know Me from Youtube: (Micro-)Celebrity in Social Media. Marshall PD, Redmond S eds. A Companion to Celebrity. Oxford; John Wiley and Sons; 2016. p. 333-50.
41. Maheshwari S. Online and Making Thousands, at Age 4: Meet the Kidfluencers. 2019. <https://www.nytimes.com/2019/03/01/business/media/social-media-influencerskids>
42. Richardson H. The REAL Rich Kids of Instagram! Highest-Earning Children Under 10 Include Girl, 7, Who Earns up to \$16,8000 for a Sponsored Post - and the Youngest is Just ONE Year Old. Hayley Richardson for Mailonline. 7 October 2020. <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-8814333/The-REAL-rich-kids-Instagram-Highest-earners-10-revealed.html>
43. Abidin C. Micro-microcelebrity: Famous babies and business on the internet. Parenting for a Digital Future. 2017;5:1-3. http://eprints.lse.ac.uk/76135/1/Parenting%20for%20a%20Digital%20Future%20E2%80%93%20Micromicrocelebrity_%20famous%20babies%20and%20business%20on%20the%20internet.pdf
44. Magid L. Study: 92% of U.S. 2-year-olds have online record. 2010. <https://www.net.com/news/study-92-of-u-s-2-year-olds-have-online-record/>
45. Children's Commissioner. Who Knows About Me? 2018. <https://www.childrenscommissioner.gov.uk/wp-content/uploads/2018/11/who-knows-what-about-me.pdf>
46. Çimke S, Gürkan DY, Polat S. Sosyal Medyada Çocuk Hakkı İhlali: Sharenting. *Journal of Current Pediatrics/Güncel Pediatri*. 2018;16:261-7.
47. Otero P. Sharenting... should children's lives be disclosed on social media? *Arch Argent Pediatr*. 2017;115:412-3.