

Sosyal Medya Ebeveynliği: Ebeveynlerin Sosyal Medya Davranışları üzerine Bir Derleme

İlknur Çoban¹, Aysun Doğan²

Çoban, İ. ve Doğan, A. (2022). Sosyal medya ebeveynliği: Ebeveynlerin sosyal medya davranışları üzerine bir derleme. *Nesne*, 10(24), 264-277. DOI: 10.7816/nesne-10-24-06

Anahtar kelimeler

sosyal medya ebeveynliği, sosyal medya, ebeveynlik, çocuk hakları

Keywords

sharenting, social media, parenting, children rights

Öz

Günümüzde sosyal medya, sosyalleşmek, bilgi edinmek, haber almak ya da yeni kişilerle tanışmak gibi farklı amaçlarla oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır. Ebeveynlerin de sosyal medyayı sık sık kullandıkları bilinmektedir. Sosyal medya ebeveynliği (sharenting) bir ebeveynin, kendi çocuğunun fotoğrafı, video ya da kişisel bilgilerini sosyal medya aracılığı ile geniş kitlelerle paylaşması anlamına gelmektedir. Ebeveynler bu tür paylaşımları bilgi almak ya da iletmek, kendilerini ifade etmek, yardımlaşmak ya da sosyalleşmek gibi farklı amaçlarla yapmaktadırlar ancak sosyal medya ebeveynliğinin çocukların mahremiyeti açısından olumsuz sonuçları da olabilmektedir. Bu derleme, ebeveynler tarafından çocukları ile ilgili yapılan sosyal medya paylaşımlarının yaygınlığını, olası nedenlerini ve sonuçlarını, çocuklar açısından taşıdığı riskleri, ebeveynlerin ve çocukların bu konuya olan bakış açılarını var olan araştırmalar ışığında derinlemesine incelemektedir. Bu çalışma daha önce sosyal medya ebeveynliği üzerine yapılan araştırmaları derlemesi yönüyle alan yazına katkı sağlamaktadır. Araştırma bulguları göz önünde bulundurularak, sosyal medya uygulamalarının gizlilik ayarlarının yapılması, sosyal medya paylaşımlarının azaltılması ya da çocukların bu paylaşımlara dahil edilmemesi gibi çocuk hakları ihlalini önlemek adına alınabilecek çeşitli önlemler bu derleme içerisinde belirtilmiştir. Bunun yanı sıra, bu alanda ihtiyaç duyulan farklı ebeveyn grupları ile yapılacak kesitsel ve boylamsal araştırmaların önemine değinilmiş, ebeveynler için hazırlanacak müdahale programlarının altı çizilmiştir.

Sharenting: A Review on Parental Behaviors on Social Media

Abstract

Social media is a commonly used tool for different purposes such as socialization, obtaining information or meeting with new people. It is known that parents often use social media. "Sharenting" is defined as parents' sharing their children's photos, videos, or different information online. Parents share their children with different purposes including sharing information, expressing themselves, helping each other or socialization, however it might have negative consequences in terms of children's privacy. This review discusses about sharenting behaviors' prevalence, possible reasons and results, risks for children, and perspectives of parents and children on this topic and it is important in terms of including all previous studies on this particular subject. Considering previous results, precautions including privacy settings, amount of sharing or not including children in these sharenting behavior are discussed in terms of protecting children's privacy. In addition, it is emphasized that future cross-sectional /longitudinal and intervention studies with different parent groups are needed.

Makale Bilgisi

Geliş tarihi: 5 Mayıs 2021

Düzeltilme tarihi: 8 Mayıs 2022

Kabul tarihi: 3 Haziran 2022

DOI: 10.7816/nesne-10-24-06

¹ Araştırma Görevlisi, Ege Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, ilknur.cob(at)gmail.com, ORCID: 0000-0001-9253-8753

² Prof. Dr. Aysun Doğan, Ege Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, aysun.dogan(at)ege.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1885-8796

Günümüzde teknolojik gelişmelerin etkisiyle hayatımıza giren ve önemli bir yer edinen İnternetin kazandırdığı en yaygın araçlardan biri sosyal medyadır. Sosyalleşmek adına kullanılan, kişilerin bireysel profillerini oluşturabildikleri, arkadaşları ve aileleriyle iletişim kurabildikleri ve ortak ilgi alanlarına göre başka kişiler ile tanışabildikleri her türlü internet ve medya aracı olarak tanımlanan sosyal medya (Kuss ve Griffiths, 2011), ebeveynler tarafından da yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Ebeveynlerin kendi yaşam deneyimlerini paylaşmalarının yanı sıra çocukları ile ilgili de oldukça fazla paylaşım yaptıkları görülmektedir (von Teschenhausen Eberlin, 2017).

İngilizcede paylaşmak anlamına gelen “share” kelimesi ile ebeveynlik anlamına gelen “parenting” kelimesinin birleşiminden oluşan “sharenting” (sosyal medya ebeveynliği) kavramı, bir ebeveynin çeşitli sosyal medya araçlarını kullanarak kendi çocuğu ile ilgili fotoğraf ve video gibi kişisel bilgiler içeren medya çıktılarını sosyal medya üzerinden paylaşması olarak tanımlanmaktadır (Choi ve Lewallen, 2018; Fox ve Hoy, 2019; Kopecky ve ark., 2020). Bu paylaşımların sadece fotoğraf ve video ile sınırlı kalmadığı, ebeveynlerin çocukları ile ilgili birçok detaylı bilgiyi de (ör. gittikleri okul, ders notları, çocuklarının arkadaşları, sağlık durumları, hobileri) paylaştıkları ifade edilmektedir. (von Teschenhausen Eberlin, 2017). Ancak bu paylaşımlar aile üyeleri ve yakın arkadaş çevresi ile *gönderi olarak değil ancak mesaj yoluyla* yapıldığında “sosyal medya ebeveynliği” tanımı içerisine dahil edilmemektedir (Brosch, 2018). Benzer şekilde, çocuklarla ilgili yapılan bir konuya dikkat çekmek ya da farkındalık kazandırmak adına yapılan anonim paylaşımlar da söz konusu olan çocuğun tanınması mümkün olmadığından dolayı bu davranışa dahil değildir. Dolayısıyla bir paylaşımın sosyal medya ebeveynliği dahilinde olması için çocukların kişisel bilgilerini içermesi ve bundan dolayı potansiyel olarak çocuğun haklarına zarar verebilecek olması gerekmektedir. Bu bağlamda sosyal medya ebeveynliği denildiğinde paylaşım miktarı, paylaşım sıklığı, paylaşımın içeriği ve paylaşım kitlesi göz önünde bulundurulmalıdır (Brosch, 2018).

Sosyal medya ebeveynliği konusunda yürütülen bilimsel çalışmaların ve özellikle sosyal medyanın kendisinin ebeveynlerin sanal ortamlardaki davranışları konusuna olan ilgisinin giderek arttığı gözlenmektedir (Siibak ve Tracks, 2019). Sosyal medya ebeveynliğine artan ilginin nedenlerinden birisi de son yıllarda bu davranışın ebeveynler arasında oldukça yaygınlaşmasıdır (Brosch, 2016; Kopecky ve ark., 2020). Özellikle 2019 yılında başlayan ve etkisi devam etmekte olan COVID-19 salgını sırasında, sosyal mesafeden dolayı bireylerin ev içerisindeyken sosyal medyada daha fazla zaman geçirmelerinin etkisiyle bu paylaşımların daha da arttığı ve bu davranışa daha fazla rastlanmaya başlandığı görülmektedir (Sarkadi ve ark., 2020).

Bu çalışma, tüm bunlar göz önünde bulundurularak, ebeveynlerin sosyal medya davranışlarının incelendiği çalışmaları derlemek, sosyal medya ebeveynliğine yeni bir bakış açısı kazandırmak ve gelecek çalışmalara yol göstermek amacıyla hazırlanmıştır. “Sharenting” kavramının “Sosyal Medya Ebeveynliği” adı altında ele alındığı bu derlemede, ebeveynlerin sosyal medya davranışlarının yaygınlığı ve içeriği, paylaşımların olası nedenleri incelenmiş, sosyal medyadaki bu paylaşımlar nedeniyle çocukların mahremiyet haklarının zarar görebileceği noktalara değinilmiş ve son olarak ebeveynlerin ve çocukların sosyal medya paylaşımlarına olan bakış açıları incelenmiştir.

Ebeveynlerin Sosyal Medya Paylaşımlarının Yaygınlığı ve İçeriği

Araştırmalara göre bir ebeveyn, çocuğu daha beş yaşına gelmeden onunla ilgili yaklaşık 1500 fotoğraf paylaşır ve iki yaşın altındaki çocukların %80’inden fazlası bu yöntemle dijital ortamda bulunmaya başlar (Pavlick, 2017b). Türkiye’de yapılan bir çalışma ebeveynlerin çocukları iki yaşına gelmeden onların

fotoğraflarını paylaşma oranını %46,1 olarak raporlamıştır (Aslan ve Durmuş, 2020). Bu sanal ortamda bulunma durumu dijital ayak izi olarak adlandırılır (Haley, 2020) ve çocuk ile ilgili yapılan tüm paylaşımlara ve dolayısıyla kişisel bilgilere bu izler sayesinde ulaşılabilir.

Ebeveynlerin büyük bir çoğunluğunun sosyal medya kullandığı bilinmektedir. Okul öncesi çocukların ebeveynleri ile yapılan bir çalışmada annelerin %84'ünün, babaların ise %70'inin Facebook, çevrimiçi forumlar ya da bloglar gibi sosyal medya platformlarını aktif olarak kullandıkları raporlanmıştır (Clark ve ark., 2015). Dört binin üzerinde anne ile yapılan bir çalışmada, annelerin %54'ünün kullandıkları sosyal medya platformları aracılığı ile çocuklarının fotoğraflarını paylaştıkları, bu annelerden %28'inin ise bu paylaşım davranışını ayda 2-3 defa tekrarladıkları bulunmuştur (Atwell ve ark., 2019). Türkiye'de okul öncesi dönemde çocuğu olan annelerle yapılan bir çalışmada ise annelerin %84'ünün çocuğunun fotoğraflarını sosyal medya platformlarında paylaştığı ve bu paylaşımların %53'ünün daha popüler olan Facebook ve Instagram'dan ziyade WhatsApp durumundan yapıldığı görülmüştür (Aslan ve Durmuş, 2020). Yine benzer bir çalışma Türk annelerin %68'inin sosyal medya platformları aracılığıyla çocuklarının fotoğraflarını paylaştıklarını raporlamıştır (Altun, 2019). Kültürlerarası farklılıkların incelendiği bir çalışmada ise İngiltere ve Türkiye'den 12 yaş altı çocukları olan anneler karşılaştırılmıştır. İki kültürde de anneler WhatsApp, Instagram ve Facebook kullandıklarını belirtmişlerdir. Türk annelerin sadece birkaçı, çocuğu doğduğu günden itibaren paylaşım yaparken, İngiliz annelerin yarısından fazlası doğumdan itibaren paylaşımlarına başlamışlardır (Günüç, 2020). Yapılan çalışmalarda paylaşım yapan ebeveynler arasında sosyoekonomik düzey açısından bir fark bulunmazken (Hinojo-Lucena ve ark., 2020), anne ve babaların çocukları ile ilgili paylaşım davranışlarının ve bakış açılarının farklılaştığı görülmüştür (Prakash, 2019). Annelerin sosyal medya gönderilerini bilgi açısından babalara göre daha fazla referans aldıkları ve bir kaynak olarak daha sık kullandıkları (Duggan ve ark., 2015), bununla birlikte de paylaşımlarının sorumluluklarını daha fazla üstlendikleri raporlanmıştır. Buna karşılık sosyal medya paylaşımları açısından babaların daha kısıtlayıcı oldukları ve cinsel açıdan risk teşkil edebilecek fotoğrafların paylaşımlarıyla ilgili daha fazla endişelendikleri görülmüştür (Ammari ve ark., 2015). Bu bağlamda, Türk anneler, babaların yapılan paylaşımlar konusunda daha katı olduklarını, "nazar değer" ifadesini kullandıklarını ve paylaşımlara sıcak bakmadıklarını, bu nedenle onları paylaşımlarından haberdar etmediklerini belirtirken, İngiliz anneler benzer kaygılar taşımalarına rağmen eşlerini daha çok haberdar ettiklerini belirtmişlerdir (Günüç, 2020). Bu durumun yanı sıra, yapılan araştırmalar ebeveynlerin sosyal medyada oğlan çocuklarını kız çocuklarına göre daha fazla paylaştıklarını ve oğlan çocukları ile ilgili yapılan paylaşımların diğer paylaşımlara göre daha fazla beğeni aldığını göstermektedir (Sivak ve Smirnov, 2019).

2009 yılında sosyal medyanın günlük hayata girişinden çok kısa bir süre sonra yapılan bir çalışmada, ebeveynlerin çocukları ile ilgili yaptıkları paylaşımların büyük bir çoğunluğunun günlük hayat, dışarıda geçirilen zaman, ev aktiviteleri ya da sosyal etkinliklerle ilgili olduğu raporlanmıştır (Jomhari ve ark., 2009). Bu bulgudan yedi yıl sonra, sosyal medyanın önemli ölçüde yaygınlaşmasına rağmen bu durumun değişmediği ve ebeveynlerin paylaşımlarının günlük hayat, sokak aktiviteleri ya da özel günler içeren fotoğraflarla devam ettiği görülmüştür (Brosch, 2016). Ebeveynler çocuklarının hayatlarındaki önemli dönüm noktalarını, aile ya da arkadaşları ile çekilenleri ya da güzel veya eğlenceli olduğunu düşündükleri fotoğrafları paylaşmayı tercih etmektedirler (Kumar ve Schoenebeck, 2015). Bununla birlikte tavsiye içerikli paylaşımların %28'inin uyku problemleri, %26'sının beslenme önerileri, %19'unun disiplin, %17'sinin okul öncesi eğitim ve %13'ünün davranış problemleri ile ilgili olduğu raporlanmıştır (Clark ve ark., 2015). Türkiye örneğinde ise annelerin yaptıkları paylaşımların %47'sinin özel günlerle (ör. doğum günleri, bayramlar) ilgili olduğu görülmüştür (Aslan ve Durmuş, 2020). Bir başka çalışmada ebeveynlerin kendisi de sosyal medya üzerinden genellikle özel günlerle ilgili paylaşım yaptıklarını ya da gerçekten paylaşmaya

değer buldukları şeyleri paylaştıklarını söylemişlerdir. Ancak çalışmaya katılan ebeveynlerin Facebook profilleri incelendiğinde yapılan paylaşımların söylenenin aksine büyük ölçüde günlük hayatla ilgili oldukları görülmüş, her ne kadar özel günler ile ilgili paylaşım yaptıklarını hatırlıyor ve belirtiyor olsalar da günlük hayatın sosyal medyalarında daha fazla yer kapladığı sonucuna ulaşılmıştır (Maraşlı ve ark., 2016).

Ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını yüksek oranda paylaştıkları platformların başında Instagram gelmektedir (Duygulu, 2019). Instagram profilleri üzerinde yapılan bir incelemede, çocuklar ile ilgili yapılan paylaşımların üç kategoriye ayrıldığı görülmektedir. İlk kategori olan “parlatılmış fotoğraflar” kategorisindeki fotoğraflar görsel olarak ilgi çekicidir. Bu fotoğrafların daha renkli, daha göze çarpan ya da belirli bir konsepte uygun fotoğraflar oldukları görülmektedir. Burada kullanılan her türlü dekor, kıyafet ya da aksesuarlar özenle seçilmiştir. İkinci kategori olan “tanıtım” kategorisindeki fotoğraflarda ebeveynler çocukları vasıtası ile kendi benlik sunumlarını, yeteneklerini ve hırslarını öne çıkarmaktadırlar. Bu kategorideki fotoğraflar daha çok sponsorluk, ortaklık, marka tanıtımı gibi amaçlarla paylaşılmaktadır. “Yakınlık” kategorisinde ise ebeveynler kendilerini yansıtmak ya da görsel olarak mükemmel fotoğraflar sunmak yerine, dürüstçe anı yakalayan ve o anki duygu ve düşüncelerini belgeleyen fotoğraflar paylaşmayı tercih ederler (Holiday ve ark., 2020). Sosyal medyada çocukları ile ilgili paylaşım yapan ebeveynlerin daha fazla takipçileri olduğu ve çocuklu fotoğraflarda daha fazla reklama yer verildiği gözlenmektedir (Duygulu, 2019; Haley, 2020). Tüm bu bulgular sosyal medya ebeveynliğinin, ebeveynler arasında oldukça yaygın olduğunu ve çocuklar için tehlike oluşturabileceğini göstermektedir. Bu nedenle bu tehlikeyi göze alan ebeveynlerin sosyal medya aracılığıyla çocuklarının fotoğraflarını paylaşmalarının nedenlerinin daha derinlemesine incelenmesi gerekmektedir.

Ebeveynlerin Sosyal Medya Paylaşımlarının Olası Nedenleri

Facebook, Instagram, Twitter ve YouTube gibi sosyal medya siteleri ebeveynlere çocukları ile ilgili yaşadıklarını anında geniş kitlelerle paylaşabilme kolaylığını sunmaktadır (Haley, 2020). Aynı zamanda sosyal medya araçları ebeveynler tarafından bu anlamda geçerli ve güvenilir bir kaynak olarak görülmektedir (Duggan ve ark., 2015). Bu bağlamda yapılan paylaşımlar gruplandığında, paylaşımların onaylanma ve sosyal destek kazanma, çocuğuna iyi bir şekilde bakabildiğini kanıtlama, sosyalleşme ve önemli olayları belgeleme olmak üzere dört farklı nedenden dolayı yapıldığı görülmektedir (Latipah ve ark., 2020). En çok paylaşım, deneyimleri paylaşmak ve sosyal destek için yapılmaktadır (Brosch, 2016; Fox ve Hoy, 2019; Lazard ve ark., 2019). Aynı zamanda bu tür paylaşımların yakın çevre oluşturmak, problemleri başkalarına danışarak çözmek ve uzakta olan akraba ya da yakın arkadaşlardan haberdar olabilmek gibi faydaları da bulunmaktadır (Pavlick, 2017b). Günlük hayatla olan bağlarını arkadaşları üzerinden sürdüren ebeveynlerin sosyal medya ebeveynliği sergiledikleri görülmektedir (Latipah ve ark., 2020). Araştırmalar, ebeveynlerin büyük bir çoğunluğunun yalnız olmadıklarını hissetmek amacıyla paylaşım yaptıklarını, bu paylaşımlardan yapılmaması gerekenleri öğrendiklerini, daha deneyimli olan ebeveynlerden tavsiye aldıklarını ve bu yöntemle daha az endişelendiklerini ortaya koymuştur (Atwell ve ark., 2019; Clark ve ark., 2015). Benzer şekilde paylaşımların anı biriktirmek, beğenilmekten mutluluk duymak, çocuklarıyla ilgili hissettikleri gururu paylaşmak ve herhangi bir şekilde bir sosyal etkileşime sahip olabilmek gibi amaçlarla da yapıldığı raporlanmıştır (Wagner ve Gasche, 2018; Aslan ve Durmuş, 2020). Bunun yanı sıra bazı anneler bir çocuk ya da yeni bir bebek sahibi olmanın getirdiği tükenmişliğin, toplumdaki, günlük hayattan ayrı kalma durumunun ve doğumla birlikte gözlenebilen depresyon, anksiyete gibi semptomların bu platformlardaki sosyal destek sayesinde azaldığını belirtmişlerdir (Archer ve Kao, 2018; Latipah ve ark., 2020). Bu anlamda sosyal medya anne-babalar için stresli ebeveynliği yumuşatan ve onları sosyal izolasyondan uzaklaştıran bir araç haline gelmektedir (Brosch, 2016). Ebeveynlerin onlara destek olan bir sosyal çevreye sahip olmaları

sosyal medya ebeveynliğini arttırmaktadır (Ranzini ve ark., 2020). Aynı zamanda çocuğun hayatına uzaktan bile olsa akrabaları ve yakın arkadaşları dahil edilerek çocuğun da sosyalleşmesi sağlanmış olur (Pavlick, 2017a).

Sosyal medya paylaşımlarının bir diğer yönü de ebeveynlerin kendi benliklerini istedikleri şekilde çocukları vasıtasıyla ifade etmeleridir (Choi ve Lewallen, 2018; Holiday ve ark., 2020). Ebeveynler paylaştıkları fotoğrafları kültürel bir araç olarak görmekte ve kendileri ile aynı ya da farklı deneyimleri yaşayan ebeveynlerle bu sayede kültürel bir bağ kurmayı amaçlamaktadır (Benevento, 2018). Yapılan bir paylaşımın beğenilmesi, yorum yapılması ve diğer platformlarda tekrar paylaşılması, ebeveynler için kendi ebeveynlik becerilerini doğrulamak açısından bir ödül haline gelebilir. Bu beğeni, yorum ya da paylaşımlar hiç görüşmedikleri biri tarafından gelse bile ebeveynlerin, bu durumun bir ödüllendirme olduğuna dair bakış açıları değişmemektedir (Brosch, 2016). Bu durum, anne babalar için bir tür “onaylanma” süreci olduğundan, ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili daha fazla paylaşım yapmalarına sebep olmaktadır (Cino ve ark., 2020). Hatta ebeveynlik deneyimlerini paylaşmak amacıyla sosyal medya hesaplarını kullanan bazı ebeveynlerin Instagram üzerinden oldukça fazla paylaşım yaptıkları, bu paylaşımlardan çeşitli reklamlar ve promosyonlar aracılığıyla para kazandıkları, bir “influencer” olarak paylaşımlarını bir iş koluna dönüştürdükleri de bulgular arasındadır (Campana ve ark., 2020). Yapılan bir çalışmada ebeveynler tarafından yönetilen bebek sayfaları ve paylaşımlar sırasında kullanılan etiketler incelenmiştir. Ön analizler, paylaşım yapan sayfaların çoğunun moda ile ilgili olduğunu ve finansal amaçlarla yönetildiğini göstermiştir. Paylaşım sırasında sayfalarda sponsorluklar ya da çeşitli ortaklıklar dile getirilmiş, “bebek model”, “fashioninsta”, “marka elçiliği” gibi etiketler kullanılmıştır (Ruiz-Gomez ve ark., 2020). Daha önce de belirtildiği gibi bu tür paylaşım yapan blogger anne-babaların da bu anlamda oldukça başarılı oldukları ve diğer kullanıcılarla kıyaslandığında daha fazla takipçilerinin bulunduğu görülmüştür (Duygulu, 2019; Haley, 2020). Bu bağlamda sosyal medya ebeveynliği, ebeveynlerin kendilerini istedikleri gibi ifade etmesinin bir yolu haline gelmekte ve ebeveynler sosyal medya aracılığı ile kendi arzularını, yeteneklerini ya da yetersizliklerini (Holiday ve ark., 2020), hatta cinsiyet algılarını ve önyargılarını bile paylaşabilmektedirler (Choi ve Lewallen, 2018). Bu anlamda sosyal medya ebeveynliği, çocuğunu başka bir çocukla kıyaslama, kendine güvensizlik, kin gütmeye gibi olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir (Latipah ve ark., 2020). Ancak bu davranış sadece ebeveyn için değil çocuk için de zararlı olabilir.

Sosyal Medya Ebeveynliğinin Olası Olumsuz Sonuçları

Ebeveynlerin sosyal medyada yaptıkları paylaşımlarda amaçlarının masum olduğu ve sadece kendi deneyimlerini paylaşmak ya da çocuğu ile ilgili duygusal bağ kurdukları olayları anlatmak için paylaşım yaptıkları zamanlar çoğunluktadır. Ancak bu paylaşımlar daha önce de belirtildiği üzere çocukların kimliği ve özel hayatı ile ilgili bir dijital ayak izi oluşturur ve bu izler takip edilebilir (Brosch, 2016). Ebeveynlerin her ne kadar sosyal medya ebeveynliğini kasıtlı olarak çocuğa zarar vermek amacıyla yapmadıkları düşünülse de bazı durumlarda anne babalar yaptıkları paylaşımlarla çocukların mahremiyet ya da unutulma hakkı olarak da bilinen “right to be forgotten” hakkını ihmal edebilir ve bu durumun başkaları tarafından istismar edilmesine sebep olabilir (Akdi, 2016; Çimke ve ark., 2018; Minkus ve ark., 2015).

Ebeveynlerin kendileri ile ilgili ne kadar bilgiyi paylaşacaklarına dair bir özgürlükleri olsa da çocukları ile ilgili yaptıkları paylaşımları kontrol etme, çocukların güvenliğini sağlama ve onların sosyal medyada bulunan kimliklerini koruma sorumlulukları da bulunmaktadır (Erişir ve Erişir, 2018). Özellikle küçük yaşta çocuklar için, sadece ebeveynler sosyal medya üzerinde çocuk ile ilgili ne kadar ve nasıl paylaşım yapılacağına karar verebilir (Brosch, 2018). Bu noktada, sosyal medyada ebeveynlerin çocuklarının hayatları ile ilgili paylaşım yapabilme özgürlüğü ile çocuğun özel hayatının gizli tutulması

gerekliliği çakışmakta (Kopecky ve ark., 2020) ve ebeveynlerin kendi sosyal medya popülerlikleri arttıkça çocukların gizlilik haklarının korunması azalmaktadır (Steinberg, 2017). Bu paylaşımların kime ulaşacağından emin olunamayacağı için, paylaşılan yarı çıplak, çıplak ya da utandırıcı fotoğrafların ve doğum tarihi, çocuğun gittiği okul ya da gezdiği yerler gibi kişisel bilgiler hakkında yapılan paylaşımların yanlış kişilerin eline geçmesi oldukça muhtemel ve tehlikelidir. Özellikle sosyal medyada belirli bir takipçi kitlesine sahip olan kişilerin, çocukları ile ilgili yaptıkları paylaşımlar giderek artmakta, bu sayede çocuğun tüm gelişimsel süreçleri takip edilebilmekte ve bu durum çocuğu istemeden de olsa çocuk pornografisi gibi tehlikelere açık hale getirmektedir (Dursun, 2019). Gelişen teknoloji ile birlikte, paylaşılan fotoğrafların yüzleri değiştirilebilmekte ve farklı platformlarda kullanılabilir. Bunun dışında “dijital kaçırılma” olarak adlandırılan, çocuğun fotoğraflarının kullanılarak başka bir kimlik oluşturma durumu da söz konusudur. Kullanıcı ebeveynlerden çalınan fotoğraflar, başka profillerde başkaları tarafından sanki kendi çocuğuymuşçasına paylaşılmakta ve kullanılmaktadır. Çoğu zaman ebeveynlerin bu durumdan haberleri bile olamamaktadır ve fark edildiğinde ise süreci geri çevirmek imkânsıza yakındır.

Ebeveynlerin birçoğu çocuklarının fotoğraflarını çoğu zaman çocuğun gizlilik haklarını gözetmeden paylaşmaktadır (Kopecky ve ark., 2020). Yapılan bir çalışmada ebeveynlerin %67’sinin çocuklarının uygunsuz olarak nitelendirilebilecek en az bir fotoğrafını sosyal medya üzerinden paylaştıkları bulunmuştur (Brosch, 2016). Bir diğer çalışmada ise ebeveynlerin %93’ünün çocuklarının tam isimlerini, %69’sinin de yüzlerini paylaştıkları ve %20’sinin ise çocuklarını kısmen ya da tamamen ifşa ettikleri görülmüştür (Kopecky ve ark., 2020).

Türkiye’de yapılan bir çalışmada ise bir blogger anneye kendi çocuklarının fotoğraflarını sosyal medya üzerinden paylaştığı ve bu fotoğrafları reklam amaçlı kullandığı için eşi tarafından açılan dava incelenmiştir. Bu olaydan sonra medya organlarının anneyi eleştiren tutumlara çok fazla yer verdiği ancak geçen bir aylık süre zarfında bu tepkilerin gittikçe azaldığı ve olayın haber değerini kaybettiği görülmüştür. Bu durum sosyal medya ebeveynliğinin gitgide normalleştirildiğini ve bu tür durumlara gösterilen tutumların da değiştiğini göstermektedir (Duygulu, 2019). Bu noktada ebeveynlerin kendi sosyal medya davranışları hakkındaki düşünceleri sosyal medya ebeveynliğinin yaygınlığı ve sonuçları açısından oldukça önemlidir.

Ebeveynlerin Sosyal Medya Ebeveynliği Hakkındaki Düşünceleri

Ebeveynler sosyal medyada bir paylaşım yaparken, paylaşımın risklerini ve faydalarını değerlendirerek karmaşık bir süreçten geçerler (Archer, 2019; Wagner ve Gasche, 2018). Çocuğunun utanması veya incinmesi riskine karşı gizliliğini ön planda tutan annelerin bazı kurallar koydukları ya da çocuğun yüzünü emoji, resim ya da farklı şekillerle kapatmak gibi stratejiler geliştirdikleri görülmektedir (Wagner ve Gasche, 2018). Okul öncesi dönemde çocukları olan annelerin %68’i kişisel bilgilerin, %67’si fotoğrafların paylaşılmasıyla ilgili endişelendiklerini, %52’si ise çocukları büyüdüklerinde bu paylaşımlardan utanabilecekleri veya onlara gücenebilecekleri için kaygılandıklarını belirtmişlerdir (Clark ve ark., 2015; Steinberg, 2017). Türkiye’de yapılan bir çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmış, katılımcıların %67’si sosyal medyada çocuk fotoğraflarının olmasından rahatsızlık duyduklarını ve bu tip fotoğrafların başında mahrem olarak nitelendirebilecekleri fotoğrafların geldiğini raporlamıştır. Sosyal medya ebeveynliğine karşı olan kişilerin en çok çocuk istismarı ve özel hayat kavramlarını önemsedikleri vurgulanmıştır (Duygulu, 2019). Kültürlerarası farklılıklara bakıldığında ise İngiliz annelerin Türk annelere göre daha fazla paylaşım yapmalarının yanı sıra gizlilik ayarlarını daha fazla önemsedikleri bulunmuştur (Günüç, 2020). Bunun yanı sıra, Avusturalya’da 613 anne ile yapılan bir çalışmada, annelerin Facebook ve Instagram davranışları, ne kadar paylaşım yaptıkları ve bu paylaşımlarla ilgili aldıkları önlemler değerlendirilmiştir. Ebeveynlerin büyük çoğunluğu (%97) Facebook’ta yaptıkları paylaşımları kimlerin

görebileceği konusunda aldıkları önlemlerden eminken, bu oran Instagram için %67'ye düşmektedir. Ebeveynler genel olarak sosyal medyanın riskli olduğunu kabul etmekle beraber, %10'u Facebook'u 10 üzerinden 10, %12'si ise Instagram'ı 10 üzerinden 10 riskli bulmaktadırlar. Burada sosyal medyayı riskli bulan ebeveynlerde bir yaş farkı göze çarpmaktadır. Genç ebeveynlerin yaşça daha büyük ebeveynlere göre sosyal medyayı daha az riskli buldukları raporlanmıştır. Facebook'u yüksek riskli bulan ebeveynlerden %70'inin tüm paylaşımlarını gizli yaptıkları ancak %6'sının hiçbir gizlilik ayarı yapmadıkları görülmektedir. Bu durum Instagram için %58'e %33'tür. Instagram'daki paylaşımları yüksek riskli bulan ebeveynlerden üçte biri bu konuda bir şey yapmamayı tercih etmiştir (Barnes ve Potter, 2020). Buna ek olarak, İngiltere'de Instagram kullanıcısı 320 anneyle yapılan bir çalışmada da benzer sonuçlara rastlanmıştır, ebeveynlerin gizlilik endişeleri ile sosyal medya ebeveynliği arasında hiçbir ilişki bulunamamıştır (Ranzini, Newlands ve Lutz, 2020). Bu noktada ebeveynlerin risklerle ilgili farkındalıkları ve sosyal medyada gizlilik ve hak korunması becerileri birbirleriyle çelişmektedir (Barnes ve Potter, 2020).

Ebeveynler kendileri kadar diğer ebeveynlerin davranışlarını da gözlemler ve değerlendirirler. Bu bağlamda ebeveynlerin %74'ü çocuğuyla ilgili çok fazla paylaşım yapan bir ebeveyni tanıdığını belirtmişlerdir. Tanıdıkları bu ebeveynlerden %56'sının çocukları için utandırıcı bir fotoğrafı sosyal medyada paylaştığını, %51'inin çocuğun bulunduğu yeri belirtecek bilgileri verdiklerini ve %27'sinin de çocuğu ile ilgili uygunsuz fotoğraflar paylaştıklarını eklemiştir (Clark ve ark., 2015). Türkiye'de yapılan bir başka çalışma da bu durumu doğrular niteliktedir. Çalışmaya katılan ebeveynler, tanıdıkları diğer ebeveynler için sosyal medyada dikkatsiz olduklarını ve çocuklarıyla ilgili özel sayılabilecek fotoğrafları paylaştıklarını belirtmişlerdir (Küçükali ve Serçemeli, 2019).

Yapılan çalışmalar bu konuda endişelenen, kuralları ona göre belirleyen ya da paylaşımından kaçınan ebeveynlerin aksine bu tür paylaşımlarda bir sakınca olmadığını belirten ebeveynlerin de olduğunu göstermektedir. En iyi niyetli annelerin bile çoğu zaman paylaşım yaparken paylaşımlar hakkında doğru kararları veremedikleri ve sosyal medya ebeveynliğinin yaratacağı kargaşayı ön göremedikleri gözlenmiştir (Pavlick, 2017a). On yedi Blogger anneyle yapılan bir çalışmada ise anneler çocuklarının fotoğraflarını paylaşmayı etik açıdan değerlendirdiklerini, kendilerini ebeveyn olarak tanımlarken mecburen çocuklarının hayatlarını da paylaşmak zorunda kaldıklarını ve bu paradoksun içinde boğuştuklarını belirtmişlerdir (Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Bununla birlikte, okul öncesi dönemde çocukları olan annelerle yapılan bir çalışmada annelerin sadece %14'ü bu durumu doğru bulmadıklarını, %48'i ise sosyal medyada bilgi ve fotoğraf paylaşmakta sakınca görmediklerini söylemiştir (Aslan ve Durmuş, 2020). Bir başka çalışmada anneler sosyal medya paylaşımları ile ilgili bazı endişelerini dile getirmişler ancak kişisel paylaşım kurallarında çocuğun gizlilik haklarından çok az bahsetmişlerdir (Fox ve Hoy, 2019). Gizlilik ihlalden dolayı paylaşım yapmamayı tercih eden anne sayısının oldukça az olduğu görülmüştür (Archer, 2019). Dört binin üzerinde annenin katıldığı bir çalışmada, annelerin %14'ü gibi çok az bir kısmı paylaşılan fotoğrafların nereye ulaşacağıyla ilgili endişelendiklerini belirtmişlerdir (Atwell ve ark., 2019). Amerika'da Çevrimiçi Aile Güvenliği Enstitüsü tarafından yapılan bir araştırmada ise annelerin %19'u çocuklarının utandırıcı olduğunu düşündükleri ve kaldırılmasını istedikleri bir fotoğrafı sosyal medya üzerinden paylaştıklarını itiraf etmişlerdir (Parents, Privacy ve Technology Use Report, 2015). Yapılan tüm bu paylaşımlarda söz konusu çocuklar olduğundan, onların da sosyal medya ebeveynliği hakkındaki düşünceleri ve bu davranışı nasıl algıladıkları araştırılmaya ve tartışılmaya değer bir konudur.

Çocukların Sosyal Medya Ebeveynliği Hakkındaki Düşünceleri

Ebeveynler çocukları ile ilgili sosyal medyada paylaşım yaptıklarında genelde bu eylemi çocuklarının haberi veya izni olmadan gerçekleştirirler (Gligorijevic, 2019; Steinberg, 2017). Çocukların bu

durumla ilgili genel olarak bakış açıları olumsuz olup (Sarkadi ve ark., 2020), paylaşma eyleminin, bir gizlilik ihlali olduğu yönündedir. Çocuklar bu noktada ebeveynlerinin yaptıkları paylaşımları kontrol edebilme haklarını kaybettiklerini düşünmektedirler. (Kopecky ve ark., 2020). Ebeveynlerinin bütün çocukluk dönemlerini sosyal medya aracılığıyla belgelemiş ve çok sayıda kişiyle paylaşmış olmaları çocuklar tarafından incitici olarak algılanabilmektedir (Prakash, 2019). Bu noktada çocukları en çok rahatsız eden paylaşımın izinsiz olarak yapılmasıdır (Moser ve ark., 2017; Sarkadi ve ark., 2020). Çocukların fotoğrafları paylaşılmadan önce onlardan izin alınmasını istedikleri ve ebeveynlerin de çocuklarına bu konuyu daha fazla sormaları gerektiği noktasında onlarla hemfikir oldukları belirtilmiştir (Moser ve ark., 2017). Özellikle erken ergenlik dönemindeki çocukların izinsiz paylaşım konusunda daha hassas oldukları ve sosyal medya ebeveynliğinin ebeveyn-çocuk güven ilişkisinde zedelenmeye sebep olabileceği vurgulanmaktadır (Kaya ve Kaya, 2017; Lipu ve Siibak, 2019). Bunun yanı sıra ergenler, ebeveynlerinin izinsiz yaptıkları paylaşımlar ile kendileri için oluşturmaya çalıştıkları kimliğin çeliştiğini ve bu durumun utandırıcı olduğunu düşünmektedirler (Ouvrein ve Verswijvel, 2019). Sosyal medya ebeveynliğini gereksiz bulan ergenler de bulunmaktadır (Verswijvel ve ark., 2019).

Çocuklar her ne kadar bu davranışı olumsuz olarak görseler de ebeveynleri bu paylaşımları belli amaçlarla yaptıklarında, bu durumu kabul edebileceklerini belirtmişlerdir. Akrabaya ya da yakın arkadaş grubuna gönderilmek üzere yapılan bir paylaşım kabul edilmesi en olası durumdur (Sarkadi ve ark., 2020). Ergenlerle yapılan bir çalışmada (Verswijvel ve ark., 2019) ebeveynlerin sosyal medya paylaşım motivasyonları incelenmiş ve bulunan farklı paylaşım motivasyonları kabul edilebilirlik açısından değerlendirilmiştir. Ergenler tarafından en olumsuz olarak görülen motivasyon ebeveynlerin başka birini etkilemek amacıyla yaptıkları paylaşımlardır. Buna karşılık olarak, bu çalışmada ebeveynlerin bilgilendirmek veya arşiv amacıyla yaptıkları paylaşımların ergenler tarafından en kabul edilebilir paylaşımlar olduğu bulunmuştur. Ebeveynlerin daha az kişisel bilgi paylaşımları ise ergenlerin sosyal medya ebeveynliğine daha olumlu bir bakış açısıyla bakmalarını sağlamaktadır (Verswijvel ve ark., 2019). Bu anlamda anlaşmazlıktan kaçınmak adına, ebeveynlerin çocuklarının sınırlarına saygı göstermeleri ve ne tür paylaşımlar yapacakları konusunda çocuklarına danışmaları ve onlardan izin almaları gerekmektedir (Ouvrein ve Verswijvel, 2019).

Tartışma

Günümüzde teknolojik gelişmelerin yaygınlaşması ile birlikte sosyal medyanın ebeveyn davranışlarına en önemli etkilerinden biri sosyal medya ebeveynliği olmuştur. Ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını, videolarını ve çeşitli kişisel bilgilerini sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelerle paylaşması olarak tanımlanan bu davranış, sosyal medyada ebeveynlerin ve çocukların görünürlüğünün artması ile beraber oldukça yaygınlaşmıştır (Choi ve Lewallen, 2018). Çoğu zaman sadece değerli görülen bir olayı ya da durumu yakın arkadaşlarla paylaşmak amacıyla gerçekleştirilen bu davranışın, sosyal medya bağlamında giderek farklılaştığı ve maalesef çocukların kişisel haklarına zarar verebilecek boyutlara ulaştığı gözlenmektedir (Akdi, 2016). Bir davranışın sosyal medya ebeveynliğine dahil edilebilmesi için yanlış kişilerin erişimi durumunda kötü amaçlarla kullanılacak çocuğa ait kişisel bilgilerin ya da fotoğraf ve videoların paylaşılmış olması gerekmektedir. Belirli bir yakın akraba ya da arkadaş çevresiyle yapılan paylaşımlar sosyal medya ebeveynliği olmamakla birlikte, anonim olarak bir konuya dikkat çekmek amacıyla yapılan paylaşımlar da bu davranışa dahil edilmemektedir. Bu noktada sosyal medya ebeveynliği içerik, sıklık ve paylaşılan kitle açısından değerlendirilmelidir (Brosch, 2018).

Yapılan çalışmalar ebeveynlerin büyük bir çoğunluğunun sosyal medyayı aktif olarak kullandıklarını (Altun, 2019; Clark ve ark., 2015) ve çocuklarının günlük yaşantılarından farklı anları ve önemli gördükleri yaşam olaylarını paylaştıklarını göstermektedir. Genellikle yapılan paylaşımlar doğum günü ya da bayramlar gibi özel günler, dışarıda geçirilen zaman veya hatırlanmaya değer olaylar ile ilgilidir (Brosch, 2016). Paylaşımların çoğu Facebook ve Instagram gibi popüler sosyal medya araçlarıyla gerçekleştirilse de ebeveynlerin bir kısmının daha güvenli olduğunu düşündükleri WhatsApp durumundan da paylaşım yaptıkları görülmektedir (Aslan ve Durmuş, 2020).

Sosyal medyada paylaşım yapmanın hem avantajları hem de dezavantajları bulunmaktadır (Latipah ve ark., 2020). Sosyal medya araçları, ebeveynlere hayatları ile ilgili paylaşmak istediklerini kolay ve hızlı yoldan ilgili kişilere ulaştırabilme kolaylığı sağlar (Haley, 2020). Sosyal medyayı aktif olarak kullanan ebeveynler çocukları ile ilgili merak ettikleri soruların cevaplarına kolaylıkla ulaşabildiklerini, diğer ebeveynlerin davranışlarından öğrendiklerini, kendi deneyimlerini paylaşabildiklerini, uzakta olan yakınlarıyla iletişim kurabildiklerini ve ebeveynliğin stresli ortamından biraz da olsa uzaklaşabildiklerini belirtmişlerdir (Archer ve Kao, 2018; Atwell ve ark., 2019; Clark ve ark., 2015). Sosyal medya kullanımının bu olumlu özelliklerinin yanı sıra, bazı ebeveynlerin sosyal medya aracılığıyla kendi benliklerini çocuklarının üzerinden yansıttıkları görülmektedir (Choi ve Lewallen, 2018; Holiday ve ark., 2020). Bu noktada, yapılan herhangi bir paylaşımın ebeveynler açısından bir ödül haline gelebilmesi oldukça olasıdır. Bazı ebeveynlerin paylaşımları aracılığıyla yüksek popülerlik kazandıkları, aldıkları reklamlar ve sponsorluklarla bu durumu bir iş koluna dönüştürdükleri bulgular arasındadır (Campana, Bossche ve Miller, 2020). Bu bağlamda çocuklar ile ilgili paylaşım yapan sayfaların takipçi sayılarının da daha fazla olduğu göze çarpmaktadır (Duygulu, 2019; Haley, 2020).

Ebeveynlerin bu artan sosyal medya paylaşımlarını kasıtlı olarak çocuklarına zarar vermek amacıyla yapmadıkları bilinmektedir. Ancak bilinçsizce ya da gizlilik ayarları gözetilmeden yapılan paylaşımlar yanlış kişilerin eline düşme olasılığı göz önünde bulundurulmalıdır. Bu tür paylaşımlar çocuğun gizlilik haklarını ihlal etmekte ve dijital ayak izi ile görünürlüğünün artmasına, dolayısıyla da çocuğun çeşitli tehlikelere açık hale gelmesine sebep olmaktadır (Brosch, 2016; Çimke ve ark., 2018; Minkus ve ark., 2015). Çocukların fotoğrafları, videoları ya da kişisel bilgileri yanlış kişilerin eline geçebilir, farklı platformlarda izinsiz kullanılabilir. Hatta 'dijital kaçırılma' ile çocukların fotoğrafları üzerinden farklı kimlikler bile oluşturulabilir. Bu gibi durumlarda ebeveynin haberi olması oldukça zordur ve paylaşımların dijital ortamdan tamamen kaldırılması imkansızdır. Riskin bu kadar yüksek olduğu bir noktada, ebeveynlerin kendi yaptıkları paylaşımlar hakkındaki düşüncelerinin incelenmesi gerekmektedir.

Yapılan çalışmalar ebeveynlerin bir kısmının yaptıkları bu paylaşımlar hakkında endişelendiklerini, çocuklarının gizlilik haklarını gözeterek paylaşım yaptıklarını gösterse de (Clark ve ark., 2015; Pavlick, 2017a) farkında olmadan paylaşım yapan ya da bu durumu önemsemeyen ebeveynlerin de olduğu görülmektedir. Popüler olan ebeveynlerin, çocukları ile ilgili paylaşımlar yaparken çoğu zaman ikilemde kaldıkları ancak sosyal medya kimlikleri sebebiyle bu paylaşımları yaptıkları belirtilmektedir (Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Bazı ebeveynler, çocuklarını arkası dönük bir şekilde paylaşarak ya da yüzlerini gülen yüz gibi bir emojiyle kapatarak önlem almaktadırlar (Wagner ve Gasche, 2018). Bazı ebeveynler ise riskleri bildikleri halde bu konuda bir şey yapmamayı tercih etmişlerdir. Bu noktada ebeveynlerin paylaşımlar ile ilgili farkında oldukları riskler ile önlem almaları arasında bir çelişki bulunmaktadır ve risklerin farkında olunsu bile sosyal medya ebeveynliği her geçen gün artmaktadır (Barnes ve Potter, 2020). Ebeveynlerin gizlilik kaygıları bu davranışın önüne geçememektedir (Ranzini ve ark., 2020).

Hakkında paylaşım yapılan çocukların çoğu ise bu durumdan habersizdir (Gligorijevic, 2019; Steinberg, 2017) ya da sosyal medya ebeveynliği hakkında olumsuz düşüncelere sahip oldukları belirtilmiştir (Lipu ve Siibak, 2019). Çocuklar sosyal medyada izinsiz yapılan paylaşımların bir gizlilik ihlali olduğunu ve paylaşılanları kontrol edebilme haklarını kayb ettiklerini düşündüklerini belirtmişlerdir. Buna ek olarak, ebeveynlerinin sosyal medya paylaşımlarına tamamen karşı olmasalar da onlardan paylaşım izninin alınması konusunda sorun yaşadıklarını ve bu durumun özel yaşamlarını zedelediğini belirtmektedirler (Kopecky ve ark., 2020; Sarkadi ve ark., 2020). Özellikle ergenler, ebeveynlerinin paylaşımları nedeniyle sosyal medyada kendi oluşturmaya çalıştıkları kimliklerinden daha farklı bir kimliğin oluştuğunu ve bu durumun onları rahatsız ettiklerini belirtmişlerdir (Ouvrein ve Verswijvel, 2019). Sosyal medya ebeveynliği davranışını gereksiz bulan ergenler de bulunmaktadır (Verswijvel ve ark., 2019).

Sosyal medya ebeveynliğinin olası olumsuz sonuçları ve çocuklar üzerindeki etkisi, gittikçe artan sosyal medya ebeveynliği ile ilgili yapılması gerekenler, ebeveyn bilgilendirme çalışmaları, önleme programları hakkında alınması gereken önlemler olduğunu gözler önüne sermektedir. Tüm bu bulgular göz önünde bulundurulduğunda, sosyal medya ebeveynliğinin derinlemesine incelenmesi, sonuçlarının ve ilerleyen zamanlarda geleceği noktanın tartışılması ve ebeveynlerin de bu konu ile ilgili bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Günümüzün teknoloji koşullarında sosyal medya kullanılmaması ya da bireysel olarak önemli görülen hayat olaylarının paylaşılması gibi bir durum söz konusu değildir. Ancak çocukların gizlilik ve özel yaşam hakları, korunması ve üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Çocukların sosyal medyadaki kimlikleri ebeveynleri tarafından değil, büyüdükçe kendileri tarafından oluşturulmalıdır ve bu noktada ebeveynlere büyük bir sorumluluk düşmektedir (Otero, 2017).

Ebeveynler öncelikle kullandıkları sosyal medya platformlarının gizlilik ayarlarından emin olmalıdır. Herhangi bir güncelleme ile ayarların değişebileceği unutulmamalı ve ayarlar sık sık kontrol edilmelidir. Ek olarak, arama motorlarında çocuklarının adları aratıldığında bildirim gelecek şekilde ayarlamalar yapabilirler. Bunun yanı sıra, çocuklar ile ilgili herkese açık olarak paylaşılmayacak hiçbir bilgi veya fotoğraf sosyal medya üzerinden paylaşılmalıdır. Her ne kadar belirli sayıda bir kişiyle ya da kapalı bir grupta paylaşıldığı düşünülse de tehlike arz edebilecek fotoğrafların ve bilgilerin kimlere veya nereye ulaşacağından hiçbir zaman emin olunamayacağı için, bu tür paylaşımlar sadece ama sadece yakın aile bireyleri ile yapılmalıdır. Bununla birlikte ebeveynler, çocuklarının okulları, ziyaret ettikleri yerler ya da sağlık durumları gibi kişisel bilgileri içeren paylaşımları da anonim olarak gerçekleştirmelidir (Otero, 2017). Tüm bunların yanı sıra, yapılacak herhangi bir paylaşım çocuğun gözünden değerlendirilmeli, ileride bu konuyla ilgili neler hissedeceği göz önünde bulundurulmalıdır. Söz konusu olan çocuklar bu konu ile ilgili kendini ifade edebilecek yaşa geldiklerinde ise onlardan mutlaka izin alınmalı (Ouvrein ve Verswijvel, 2019), paylaşılmasını istemedikleri fotoğraflar ve bilgiler kesinlikle paylaşılmalıdır. Ebeveynler çocuklarının gözünden bakmayı bir alışkanlık haline getirmeli, onların bu konuyla ilgili duygu ve düşüncelerini önemsemeli ve ileride onların utanacakları ya da çekinecekleri bilgileri sosyal medyada asla paylaşmamalıdır.

Bu noktada tüm sorumluluğu ebeveynlere yüklemenin de doğru olmadığı söylenebilir. Ebeveynlerin, oldukça yeni olan bu kavram ve durum hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıkları göz önünde bulundurularak sosyal medya ebeveynliğinin tanımı ve özellikle riskleri ile ilgili detaylı olarak bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Şu an var olan kaynaklarda ebeveynlerin yaptıkları paylaşımların etkilerini fark etmelerini sağlayacak ve sosyal medyanın doğru kullanımı açısından onları yönlendirecek araştırma sayısının oldukça az olduğu belirtilmektedir (Çimke ve ark., 2018). Öncelikle bu konuda yapılacak kesitsel ve boylamsal araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Sosyal medya ebeveynliği kavramı her gelişimsel

alandaki gibi bağlam ve yaş açısından değerlendirilmelidir. Farklı sosyoekonomik düzeylerden ve kültürlerden farklı yaş gruplarından ebeveynlerin sosyal medya ile ilgili bakış açıları incelenmeli ve elde edilecek sonuçlara göre müdahale ve önleme çalışmaları hız kazanmalıdır. Ebeveynler sosyal medya davranışları hakkında bilgilendirilmeli, sosyal medyada çocuk haklarının korunması önem kazanmalıdır. Çocukların sosyal medyada görünür hale gelmelerinin ve sosyal medya ebeveynliğinin çocukların haklarının ihlal edecek düzeye gelmesinin olası sonuçları değerlendirilmeli, ebeveynler doğru şekillerde yönlendirilmeli ve sosyal medya kullanımı hem ebeveynlerin hem de çocukların yararına olacak şekilde getirilmelidir.

Kaynaklar

- Akdi, M. (2016). Ana-babanın çocuğun fotoğraf ve görüntülerinin sosyal medyada yayınlamasından doğan sorumluluğu. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 22(3), 123-144.
- Altun, D. (2019). 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*, 10(35), 76-97.
- Ammari, T., Kumar, P., Lampe, C. ve Schoenebeck, S. (2015, Nisan). *Managing children's online identities: How parents decide what to disclose about their children online*. 33. Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems konferansında sunulan bildiri, Seoul Republic of Korea. Erişim adresi: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2702123.2702325>
- Archer, C. (2019). How influencer 'mumpreneur' bloggers and 'everyday' mums frame presenting their children online. *Media International Australia*, 170(1), 47-56. doi: 10.1177/1329878X19828365
- Archer, C. ve Kao, K. T. (2018). Mother, baby and Facebook makes three: does social media provide social support for new mothers? *Media International Australia*, 168(1), 122-139. doi: 10.1177/1329878X18783016
- Aslan, S. ve Durmuş, E. (2020). Okul öncesi dönemde güncel bir ebeveyn davranışı: Sharenting. *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 135-151.
- Atwell, G. J., Kicova, E., Vagner, L. ve Miklencicova, R. (2019). Parental engagement with social media platforms: Digital mothering, children's online privacy, and the sense of disempowerment in the technology-integrated society. *Journal of Research in Gender Studies*, 9(2), 44-49.
- Barnes, R. ve Potter, A. (2020). Sharenting and parents' digital literacy: *An agenda for future research*. *Communication Research and Practice*, 1-15. doi:10.1080/22041451.2020.1847819
- Benevento, A. (2018). *Parents frame childhood for the world to see in digital media postings* [Yayımlanmamış doktora tezi]. ProQuest Dissertations and Theses (UMI No. 10936697).
- 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
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the Internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook. *The New Educational Review*. doi: 10.15804/ner.2016.43.1.19
- Brosch, A. (2018). Sharenting: Why Do Parents violate their children's privacy? *The New Educational Review*. doi: 10.15804/ner.2018.54.4.06
- Campana, M., Van den Bossche, A. ve Miller, B. (2020). #dadtribe: Performing sharenting labour to commercialise involved fatherhood. *Journal of Macromarketing*, 40(4), 475-491. doi:10.1177/0276146720933334

- 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
- Cino, D., Demozzi, S. ve Subrahmanyam, K. (2020). "Why post more pictures if no one is looking at them?" Parents' perception of the Facebook Like in sharenting. *The Communication Review*, 23(2), 122-144. doi:10.1080/10714421.2020.1797434
- Clark S. J., Kauffman A. D., Singer D. C., Matos-Moreno A. ve Davis M. M. (2015, Mart). Parents on social media: Likes and dislikes of sharenting. *C.S. Mott Children's Hospital National Poll on Children's Health, University of Michigan*, 23(2). <http://mottpoll.org/reports-surveys/parents-social-media-likes-and-dislikes-sharenting>.
- Çimke, S., Gürkan, D. Y. ve Polat, S. (2018). Sosyal medyada çocuk hakkı ihlali: Sharenting. *Journal of Current Pediatrics*, 16(2).
- Duggan, M., Lenhart, A., Lampe, C. ve Ellison, N. B. (2015, 16 Temmuz). Parents and social media. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/07/16/parents-and-social-media/> adresinden alınmıştır.
- Dursun, C. (2019). Ebeveynlerin çocuklarını sosyal medyada teşhiri: Çocuk hakları bağlamında bir değerlendirme. *Çocuk ve Medeniyet*, 4(8), 195-208.
- Duygulu, S (2019). Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın mahremiyet ihlali ve çocuk istismarı açısından değerlendirilmesi. *TRT Akademi*, 4(8), 428-487.
- Erişir, R. M. ve Erişir, D. (2018). Yeni medya ve çocuk: İstagram özelinde "Sharenting" ("Paylaşanabalık") örneği. *Yeni Medya*, 4, 50-64.
- Family Online Safety Institute (2015). Parents, Privacy & Technology Use Report. <https://www.fosi.org/policy-research/parents-privacy-technology-use> adresinden alınmıştır.
- Fox, A. K. ve Hoy, M. G. (2019). Smart devices, smart decisions? Implications of parents' sharenting for children's online privacy: An investigation of mothers. *Journal of Public Policy & Marketing*, 38(4), 414-432. doi:10.1177/0743915619858290
- Gligorijević, J. (2019). Children's privacy: The role of parental control and consent. *Human Rights Law Review*, 19(2), 201-229. doi: 10.1093/hrlr/ngz004
- Günüç, S. (2020). Sharenting eyleminin psikolojik açıdan değerlendirilmesi: Türk ve İngiliz annelerinin karşılaştırılması. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 12(Suppl 1), 1-15. doi: 10.18863/pgy.795651
- Haley, K. (2020). Sharenting and the (Potential) Right to Be Forgotten. *Indiana Law Journal*, 95(3), 9.
- Hinojo-Lucena, F. J., Aznar-Díaz, I., Cáceres-Reche, M. P., Trujillo-Torres, J. M. ve Romero-Rodríguez, J. M. (2020). Sharenting: Adicción a Internet, autocontrol y fotografías online de menores. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 28(64). doi: 10.3916/C64-2020-09
- Holiday, S., Norman, M. S. ve Densley, R. L. (2020). Sharenting and the extended self: Self-representation in parents' Instagram presentations of their children. *Popular Communication*, 1-15. doi: 10.1080/15405702.2020.1744610
- Jomhari, N., Gonzalez, V. M. ve Kurniawan, S. H. (2009, Eylül). *See the apple of my eye: baby storytelling in social space*. People and Computers XXIII Celebrating People and Technology konferansında sunulan bildiri, Churchill College, Cambridge, UK.
- Kaya, C. İ. ve Kaya, U. (2017). Bir ebeveyn pratiği olarak 'sharenting'/A parental practice:"sharenting". Akfirat, O. N., Staub, D. F. ve Yavaş, G. Editör (Yay. haz.), *Current Debates in Education Volume 5* içinde (s. 443-456). Yayın yeri: IJOPEC Publication Limited.
- Kopecky, K., Sztokowski, R., Aznar-Díaz, I. ve Romero-Rodríguez, J. M. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, 110, 104812. doi:10.1016/j.childyouth.2020.104812

- Kumar, P. ve Schoenebeck, S. (2015, Şubat). *The modern day baby book: Enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook*. 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing konferansında sunulan bildiri, Vancouver, Kanada.
- Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research And Public Health*, 8(9), 3528-3552.
- Küçükali, A. ve Serçemeli, C. (2019). Çocukların sosyal medyadaki mahremiyet hakları ve “sharenting” üzerine bir uygulama: Atatürk Üniversitesi örneği. *The Journal of International Social Research*, 12(68).
- Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F. ve Putranta, H. (2020). Elaborating motive and psychological impact of sharenting in millennial parents. *Universal Journal of Educational Research*, 8(10), 4807-4817. doi:10.13189/ujer.2020.081052
- Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A. ve Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, affect and the day - to - day politics of digital mothering. *Social and Personality Psychology Compass*, 13(4), e12443. doi: 10.1111/spc3.12443
- Lipu, M. ve Siibak, A. (2019). ‘Take it down!’: Estonian parents’ and pre-teens’ opinions and experiences with sharenting. *Media International Australia*, 170(1), 57-67. doi: 10.1177/1329878X19828366
- Marasli, M., Suhendan, E., Yilmazturk, N. H. ve Cok, F. (2016). Parents’ shares on social networking sites about their children: sharenting. *The Anthropologist*, 24(2), 399-406.
- Minkus, T., Liu, K. ve Ross, K. W. (2015, Mayıs). *Children seen but not heard: When parents compromise children's online privacy*. 24. International Conference on World Wide Web konferansında sunulan bildiri, Floransa, İtalya.
- Moser, C., Chen, T. ve Schoenebeck, S. Y. (2017, Mayıs). *Parents’ and children’s preferences about parents sharing about children on social media*. CHI conference on human factors in computing systems konferansında sunulan bildiri, The Colorado Convention Center, Denver, Colorado, ABD.
- Otero, P. (2017). Sharenting... should children’s lives be disclosed on social media. *Arch Argent Pediatr*, 115(5), 412-414. doi:10.5546/aap.2017.eng.412
- Ouvrein, G. ve Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319-327. doi: 10.1016/j.childyouth.2019.02.011
- Pavlick, J. (2017a, 17 Mayıs). Sharenting—in whose interests? <https://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2017/05/17/sharenting-in-whose-interests/> adresinden alınmıştır.
- Pavlick, J. (2017b, 17 Ekim). Could a child sue their parents for sharenting? <https://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2017/10/11/could-a-child-sue-their-parents-for-sharenting/> adresinden alınmıştır.
- Prakash, A. (2019). Parental role in creation and preservation of digital identity of children. *Test Engineering & Management*, 81, 4907-4911.
- Ranzini, G., Newlands, G. E., & Lutz, C. (2020). Sharenting, peer influence, and Privacy concerns: A study on the Instagram-sharing behaviors of parents in the United Kingdom. *Social Media+ Society*, 6(4), 1-13. doi:10.1177/2056305120978376
- Ruiz-Gomez, A., Gavilan, D. ve Avello, M. (2020, Ekim). #Babiesofinstagram: The digitally mediated lives of ‘aspiring’ baby models and brand reps. The 21st Annual Conference of the Association of Internet Researchers konferansında sunulan bildiri. Online konferans.

- Sarkadi, A., Dahlberg, A., Fängström, K. ve Warner, G. (2020). Children want parents to ask for permission before 'sharenting'. *Journal of paediatrics and child health*, 56, 981–983. doi:10.1111/jpc.14945
- Siibak, A. ve Traks, K. (2019). The dark sides of sharenting. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 11(1), 115-121.
- Sivak, E. ve Smirnov, I. (2019). Parents mention sons more often than daughters on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(6), 2039-2041.
- Steinberg, S. B. (2017). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory LJ*, 66, 839.
- Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, 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, 104401. doi: 10.1016/j.chilyouth.2019.104401
- von Teschenhausen Eberlin, F. B. (2017). Sharenting, freedom of expression and children's privacy in the digital environment: The role of application providers under the Brazilian legal framework. *Braz. J. Pub. Pol'y*, 7(3), 256.
- Wagner, A. ve Gasche, L. A. (2018). Sharenting: Making decisions about other's privacy on social networking sites. *Publications of Darmstadt Technical University, Institute for Business Studies (BWL)*, 90477.