



T.C
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
REHBERLİK ve PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

EBEVEYNLERİN ÇOCUKLARIYLA İLGİLİ SOSYAL MEDYA
PAYLAŞIMLARININ (SHARENTING) İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sebahaddin ASLAN

Malatya-2022

T.C
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
REHBERLİK ve PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

EBEVEYNLERİN ÇOCUKLARIYLA İLGİLİ SOSYAL MEDYA
PAYLAŞIMLARININ (SHARENTING) İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sebahaddin ASLAN

Danışman: Doç. Dr. Emine DURMUŞ

Malatya-2022

ONUR SÖZÜ

Doç.Dr. Emine Durmuş'un danışmanlığında yüksek lisans tezi olarak hazırladığım **Ebeveynlerin Çocuklarıyla İlgili Sosyal Medya Paylaşımlarının (Sharenting) İncelenmesi** başlıklı bu çalışmanın bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım bütün yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun biçimde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

Sebahaddin Aslan



ÖN SÖZ

Dijital dünyada meydana gelen değişimlerden tüm bireyler etkilenmektedir. Toplum içerisinde yaygınlığı artan akıllı telefon kullanımı ve internet erişimi ebeveynler için yeni sorumlulukları beraberinde getirmektedir. 21.yy. ebeveynlerinden beklenti; dijital dünyadaki fırsatları ve riskleri tanımlar. Bu bağlamda çocukların görüntülerinin ebeveynleri tarafından sosyal medyada paylaşılması güncel ve tartışmalı bir olgudur. Bu araştırmada ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaşmaları olarak tanımlanan sharenting incelenmiştir.

Yüksek lisans ders dönemim ve tez yazma sürecim boyunca tüm bilgi birikimiyle bu zorlu yolda bana ışık olan, ihtiyaç duyduğum anlarda beni destekleyen, motive eden ve cesaretlendiren değerli hocam, tez danışmanım Doç. Dr. Emine Durmuş'a çok teşekkür ederim.

Yüksek lisans ders dönemim boyunca kendilerinden ders alma şansına sahip olduğum Prof.Dr. Mustafa Kutlu, Prof.Dr. Süleyman Nihat Şad, Doç.Dr. Taşkın Yıldırım, Doç.Dr. Mustafa Akdağ, Dr.Öğr. Üyesi Yüksel Çırak ve Dr.Öğr. Üyesi Yağmur Ulusoy hocalarıma çok teşekkür ederim.

Tez yazım sürecinde ihtiyaç duyduğum her anda yanımda olan sorularıma sabır ve özenle yanıt veren Dr. Öğr. Üyesi Abdullah Manap'a ve Dr.Öğr. Üyesi Aslı Tunca'ya çok teşekkür ederim.

Tezin veri toplama sürecinde bana destek olan, ilk görev yerim Nurdağı/Gaziantep Sevgi Feyzullah Yıldırım Anaokulu öğretmen ve yöneticilerine teşekkür ederim.

Eğitim-öğretim hayatım boyunca maddi-manevi desteklerini esirgemeyen aileme, canım anneme ve örnek aldığım abime çok teşekkür ederim. Hayatımda çok özel bir yere sahip olan, güç ve desteklerini hep arkamda hissettiğim Hasan ve Hüseyin Karaca'ya da bana duydukları güven nedeniyle çok teşekkür ederim.

ÖZET

EBEVEYNLERİN ÇOCUKLARIYLA SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARININ İNCELENMESİ

ASLAN, Sebahaddin

İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Doç.Dr. Emine Durmuş

OCAK-2022, XII+109 sayfa

Bu araştırmanın amacı ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medyadaki paylaşımları olarak tanımlanan sharenting davranışını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda sharenting boyutları belirlenmiş, sharenting ölçeği geliştirilmiş ve sharenting ebeveynlerin demografik değişkenlerine göre değişimi incelenmiştir.

Araştırmada karma yöntem desenlerinden biri olan keşfedici sıralı desen kullanılmıştır. Bu bağlamda ilk olarak nitel görüşmeler yapılarak sharenting boyutları belirlenmiştir. Dahası, nitel görüşmeden elde edilen veriler sharenting ölçeğinin geliştirme sürecinde kullanılmıştır. Sharenting ölçeği geliştirildikten sonra birtakım demografik değişkenlerin sharenting üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Araştırma üç farklı çalışma grubu ile üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Çalışma-1 13 yaşından küçük çocuğu ve aktif kullandığı sosyal medya hesabı bulunan 10 ebeveyn (çalışma grubu-1) ile yapılan nitel görüşmeleri kapsamaktadır. Bu aşamada olgu bilim deseninden yararlanılmıştır. Nitel görüşmelerden elde edilen veriler tematik analiz ile incelenerek sharenting boyutları belirlenmiştir. Bu boyutlar; paylaşım motivasyonu ve risk farkındalığı olarak isimlendirilmiştir.

Çalışma-2 nitel görüşmelerden elde edilen veriler ve literatür taramasıyla birlikte ölçek geliştirme sürecini kapsamaktadır. Ölçeğin yapı geçerliliği (AFA) ve çeşitli güvenirlik analizleri için 13 yaşından küçük çocuğu olan ve bugüne kadar en az bir kez çocuğunun görüntüsünü sosyal medyada paylaşmış 330 ebeveyn (çalışma grubu-2) çalışmaya dahil edilmiştir. Sharenting ölçeğinin DFA ve ölçüt geçerliliği analizleri ise 302 ebeveyn (çalışma grubu-3) oluşan katılımcı grubuyla gerçekleştirilmiştir. Tüm

bu işlemler sonucunda literatüre 9 maddelik 2 faktörlü sharenting ölçeği kazandırılmıştır.

Çalışma-3'te ise ebeveynlerin cinsiyet, aylık gelir durumu, eğitim düzeyi ve çocuklarının görüntülerini paylaşım sıklığının sharenting üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu aşamada çalışma grubu-3'ten elde edilen veriler kullanılmıştır. Bulgular; sharenting değerlendirme ölçeği alt boyutlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermiştir. Buna karşılık sharenting değerlendirme ölçeği alt boyutları eğitim düzeyi ve aylık gelir durumuna göre anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır. Paylaşım sıklığı değişkeninin ise yalnızca paylaşım motivasyonu alt boyutu üzerinde anlamlı bir değişim oluşturduğu görülmüştür.

Elde edilen bulgular literatür ışığında yorumlanmış, araştırmacı ve uygulayıcılara önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: sharenting, sosyal medya, çocuk fotoğrafları, keşfedici sıralı desen

ABSTRACT

EXAMINATION OF PARENTS' SOCIAL MEDIA SHARE ABOUT THEIR CHILDREN

ASLAN, Sebahaddin

Master of Science, İnönü University Educational Sciences Institute

Department of Guidance and Psychological Counseling

İnönü University Institute of Educational Sciences

Thesis Advisor: Assoc. Emine Durmus

August-2021, XII+109 pages

The aim of this research is to examine sharenting behavior, which is defined as the sharing of parents on social media about their children. For this purpose, the dimensions of sharenting were determined, the sharenting scale was developed and the change of sharenting according to the demographic variables of the parents was examined.

The exploratory sequential design, which is one of the mixed method designs, was used in the research. In this context, firstly, qualitative interviews were made and the sharenting dimensions were determined. Moreover, the data obtained from the qualitative interview were used in the development process of the sharenting scale. After the sharenting scale was developed, the effect of some demographic variables on sharenting was examined.

The research was carried out in three stages with three different study groups. Study-1 includes qualitative interviews with 10 parents (study group-1) who have children under 13 years of age and active social media accounts. At this stage, the phenomenology design was used. The data obtained from the qualitative interviews were analyzed with thematic analysis and the sharenting dimensions were determined. These dimensions are; motivation of sharing and risk awareness.

Study-2 covers the scale development process with data obtained from qualitative interviews and literature review. For the construct validity (EFA) and various reliability analyzes of the scale, 330 parents (study group-2) who have children under the age of 13 and who have shared their child's image on social media at least

once, were included in the study. The CFA and criterion validity analyzes of the Sharenting scale were carried out with a participant group consisting of 302 parents (study group-3). As a result of all these processes, a 9-item 2-factor sharenting scale was brought to the literature.

In Study-3, the effect of parents' gender, monthly income, education level and frequency of sharing their children's images on sharing was examined. At this stage, the data obtained from the study group-3 were used. Results; showed that the sharenting sub-dimensions did not differ significantly according to the gender variable. On the other hand, sharing sub-dimensions differed significantly according to education level and monthly income. It was observed that the sharing frequency variable created a significant change only on the sharing motivation sub-dimension.

Keywords: sharenting, social media, children's photographs, exploratory sequential design

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ.....	i
ÖN SÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar DİZİNİ.....	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Problem Durumu	1
1.2. Araştırmanın Amacı	6
1.3. Araştırmanın Önemi	7
1.4. Araştırmanın Sayıltıları	10
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	10
1.6. Tanımlar	10

BÖLÜM II

KURAMSAL BİLGİLER ve İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı.....	11
2.2. Değişen Ebeveynlik Rollerini	13
2.3. Dijital Dünyada Ebeveynlik	15
2.4. Sharenting: Ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarıyla ilgili paylaşımları	17
2.4.1. Sharenting Motivasyonları	21
2.4.2. Sharenting Riskleri	22
2.5. İlgili Araştırmalar	25
2.5.1. Sharenting ile ilgili Yurtdışında Yapılan Araştırmalar	25
2.5.2. Sharenting ile İlgili Yurtiçinde Yapılan Araştırmalar	28

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli	31
3.2. Çalışma-1 (Nitel Aşama).....	32
3.2.1. Çalışma Grubu-1	33
3.2.2. Veri Toplama Aracı.....	35
3.2.3. Verilerin Toplanması.....	37
3.2.4. Verilerin Analizi.....	37
3.3. Çalışma-2 (Sharenting Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması)	38
3.3.1. Çalışma Grubu-2 (AFA).....	39
3.3.2. Çalışma Grubu-3 (DFA).....	40
3.3.3. Veri Toplama Aracı.....	41
3.3.3.1. Sharenting Ölçeği Denemelik Form Geliştirme Süreci	41
3.3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Yetişkin Formu Sanal İletişim Alt Boyutu ..	41
3.3.4. Verilerin Toplanması.....	42
3.3.5. Verilerin Analizi.....	42
3.4. Çalışma-3 (Demografik Değişkenler ve Sharenting).....	42
3.4.1. Çalışma Grubu 3 (Demografik değişkenler)	43
3.4.2. Veri Toplama Aracı.....	44
3.4.2.1. Kişisel Bilgi Formu.....	44
3.4.2.2. Sharenting Ölçeği	45
3.4.3. Verilerin Analizi.....	45

BÖLÜM IV

BULGULAR

4.1. Çalışma-1 (Nitel Aşama Bulgular).....	46
4.2. Çalışma 2 (Sharenting Ölçeği Güvenirlik ve Geçerlik Analizlerine İlişkin Bulgular)	49
4.2.1. Sharenting Ölçeğinin Güvenirlik Analizlerine İlişkin Bulgular.....	49
4.2.1.1. İç Tutarlılık (Cronbach Alfa).....	49
4.2.1.2 Madde-Toplam Korelasyonu	50
4.2.1.3. Testi Yarılama.....	51
4.2.1.4. Kararlılık (Test-Tekrar Test Analizi).....	51
4.2.2. Sharenting Ölçeğinin Geçerlilik Analizlerine İlişkin Bulgular	52

4.2.2.1. Kapsam Geçerliliği	52
4.2.1.2. Yapı Geçerliliği.....	52
4.2.1.2.1. Açımlayıcı Faktör Analizi.....	53
4.2.1.2.2. Doğrulamayı Faktör Analizi	54
4.2.1.3. Ölçüt Geçerliliği	57
4.2.1.4. Sharenting Ölçeğinin Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Değerleri..	58
4.2.1.5. Madde Ayırt Ediciliği	58
4.3. Çalışma 3 (Sharenting'in ebeveynlerin demografik özelliklerine göre değişime ilişkin bulgular).....	59
4.3.1. Alt problem: Sharenting ebeveynlerin cinsiyetine göre farklılaşmakta mıdır?.....	60
4.3.2. Alt problem: Sharenting ebeveynlerin eğitim düzeylerine göre farklılaşmakta mıdır?.....	60
4.3.3. Alt problem: Sharenting ebeveynlerin aylık gelir durumlarına göre farklılaşmakta mıdır?.....	63
4.3.4. Alt problem: Sharenting ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşma sıklığına göre farklılaşmakta mıdır?	66

BÖLÜM V

TARTIŞMA VE YORUM

5.1. Çalışma-1 Tartışma ve Yorum	68
5.2. Çalışma-2 Tartışma ve Yorum	70
5.3. Çalışma-3 Tartışma ve Yorum	71
5.3.1. Sharenting davranışının ebeveynlerin cinsiyetine göre değişiminin tartışılması ve yorumlanması.....	71
5.3.2. Sharenting davranışının ebeveynlerin eğitim düzeylerine göre değişiminin tartışılması ve yorumlanması.....	72
5.3.3 Sharenting davranışının ebeveynlerin aylık gelir durumlarına göre değişiminin tartışılması ve yorumlanması	73
5.3.4. Sharenting davranışının ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşım sıklığına göre değişiminin tartışılması ve yorumlanması	74

BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuç	76
6.2. Öneriler	78
KAYNAKLAR	80
EKLER	99
EK-1: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu	99
EK-2: Etik Kurul Onayı	100
EK-3: Katılımcı bilgi ve onam formu	101
EK-4: Çalışma-3 Kişisel Bilgi Formu	102
EK-5: Sharenting Değerlendirme Ölçeği deneme formu iç tutarlılık sonuçları.....	103
EK-6: Sharenting Değerlendirme Ölçeği Madde Havuzu (20 Maddelik Deneme Formu).....	104
EK-7: Çalışma grupları normallik değerleri	105
EK-8: İlk AFA sonuçları	106
EK-9: Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği Yetişkin Formu Sanal İletişim Boyutu	107
EK-10: Sharenting Ölçeği	108

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1 Sharenting alan yazınının genel görünümü	8
Tablo 2 Çalışma Grubu-1 demografik bilgiler	34
Tablo 3 Çalışma Grubu-2 demografik bilgiler	39
Tablo 4 Çalışma Grubu-3 demografik bilgiler	40
Tablo 5 Çalışma grubu-3 demografik bilgiler	43
Tablo 6 Ebeveynlerin sharenting davranışına ilişkin görüşleri	46
Tablo 7 Sharenting Ölçeği Cronbach alfa değeri.....	50
Tablo 8 Sharenting Ölçeği madde toplam korelasyon analizi sonuçları	51
Tablo 9 Sharenting Ölçeği İki eş değer yarı form arasındaki korelasyon analizi.....	51
Tablo 10 Sharenting ölçeği test tekrar test analizi sonuçları	52
Tablo 11 Sharenting ölçeği açımlayıcı faktör analizi sonuçları	53
Tablo 12 Doğrulayıcı faktör analizi uyum değerleri	55
Tablo 13 Sharenting Ölçeği ile Sanal İletişim (Sİ) alt boyutu arasındaki korelasyon bulguları.....	57
Tablo 14 Sharenting alt boyutları arasındaki korelasyon değerleri	58
Tablo 15 Sharenting ölçeği maddelerinin ayırt edicilikleri	59
Tablo 16 Katılımcıların sharenting ölçeği sonuçları.....	59
Tablo 17 Sharenting ölçeğinin alt boyutlarının cinsiyete göre t testi bulguları.....	60
Tablo 18 Sharenting ölçeğinin alt boyutlarının eğitim düzeyine göre tek yönlü Anova bulguları.....	61
Tablo 19 Eğitim düzeyine göre paylaşım motivasyonu Dunnett T3 sonuçları.....	62
Tablo 20 Eğitim düzeyine göre risk farkındalığı Tukey sonuçları	63
Tablo 21 Aylık gelir durumuna göre sharenting alt boyutlarının tek yönlü Anova sonuçları.....	64
Tablo 22 Sharenting alt boyutlarının aylık gelir durumuna göre Tukey testi sonuçları .	65
Tablo 23 Ebeveynlerin paylaşım sıklıklarına göre sharenting alt boyutlarının t testi sonuçları.....	66

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Araştırma deseni	32
Şekil 2. Açıklayıcı faktör analizi özdeğer grafiği	54
Şekil 3. Sharenting ölçeğinin standardize edilmiş çözümleme değerlerinin diyagram gösterimi	56



EBEVEYNLERİN ÇOCUKLARIYLA SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARININ (SHARENTING) İNCELENMESİ

BÖLÜM I

GİRİŞ

Giriş bölümü; problem durumu, araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın sınırlılıkları ve sayıltılarından meydana gelmektedir.

1.1. Problem Durumu

İnternet ve sosyal medyanın yaygınlığı ve günlük kullanım süreleri gün geçtikçe artmaktadır. Türkiye’deki internet kullanıcı sayısı 2020 yılı verilerine göre yaklaşık 64 milyon, sosyal medya kullanıcı sayısı ise 54 milyondur. Kullanıcıların günlük internette geçirdikleri süre 7 saat 29 dakika iken sosyal medyada günlük harcanan süre 2 saat 51 dakikadır. Bu süreler internet için günlük 6 saat 43 dakika, sosyal medya için 2 saat 24 dakika olan dünya ortalamalarının üzerindedir. İnternet ve sosyal medyaya erişimi kolaylaştıran akıllı telefon kullanım oranı ise ülkemizde %89’dur. Türkiye’de en çok kullanılan 5 sosyal medya platformu ise sırasıyla Youtube, Instagram, Whatsapp, Facebook ve Twitter şeklindedir (Digital, 2020).

İnternet ve sosyal medyanın bireyler için çekiciliği artıran özellikleri barındırdığı bilinmektedir. Bu platformlar yetişkinlere iletişim kurma, fikirlerini paylaşma, güncel haberleri takip etme (Kietzman, vd., 2011; Allen, vd., 2014), gençlere ise eğitim olanaklarından faydalanma, akranlarıyla etkileşim kurma (Kuzhan, 2019) gibi imkanlar sunmaktadır.

İnternet erişiminin artmasıyla birlikte web araçlarının eğitim-öğretim faaliyetlerinde, öğretim üyeleri, öğretmenler ve öğrenciler tarafından yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Kassab, vd., 2020). İnternet, öğrencilere akademik başarı ve bilişsel becerileri geliştirmeye yönelik çevrimiçi içerikleri kolay ve hızlı sunma noktasında önemlidir. Nitekim Türkiye’de, Millî Eğitim Bakanlığı uzaktan eğitim sürecinde 18 milyon öğrenciye internet üzerindeki EBA platformundan eğitim-öğretim

faaliyetlerini sürdürmeye çalışmıştır. Ayrıca çevrimiçi eğitsel oyun ve etkinliklerle çocukların bilişsel becerileri geliştirilebilir (Johnson, 2006; Mills, 2014; Malamud, vd., 2018). Tüm bunların yanı sıra covid-19 salgını ile başlayan süreçte internet-sosyal medya kullanımı pandeminin zorlu izolasyon koşullarıyla baş etme aracı olarak öne çıkmıştır (Singh, vd., 2020; Farooq, vd., 2020).

Son yıllarda internet erişim imkanlarının ve akıllı telefonların yaygınlaşması nedeniyle sadece çocuk ve ergenlerin değil ebeveynlerin de sosyal medyayı yoğun kullanmaya başladıkları görülmektedir. Ögel-Balaban ve Altan (2019) Türkiye’deki annelerin Facebook’u sık kullandıklarını ve sosyal kazanç olarak gördüklerini savunmaktadırlar. Sosyal medyada annelik üzerine içerik üretenler blogger, instamom, fenomen anne ve influencer gibi tabirlerle tanımlamaktadırlar. Bu anneler sosyal medya hesapları aracılığıyla takipçilerine annelik deneyimlerini sunmakta, çocuk gelişimi ve bakımı üzerine bilgilendirmeler yapmaktadırlar. Bu sayede internet ve sosyal medyanın annelere çocuk bakımıyla ilgili annelik deneyimlerinin karşılıklı paylaşma fırsatı sunduğu söylenebilir. Sosyal paylaşım ağları öğrenen ve öğretmek isteyen anneleri bir araya getirmektedir. Türkiye’deki gibi geleneksel toplumlarda ev gezmeleri, akraba ziyaretleri, komşu buluşmaları aracılığıyla edinilen bu bilgiler artık günümüzde daha pratik bir şekilde sosyal medya üzerinden elde edilebilmektedir. (Erişir ve Erişir, 2018; Aktaş, 2019; Başoğlu, 2020). Yeni doğum yapan anneler bağlamında incelendiğinde internet ve sosyal medya, annelere yeni rollerine uyum sağlamada sosyal destek alanı oluşturmakta ve çocuk bakımına ilişkin ihtiyaç duydukları bilgileri edinmede önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra sosyal medya, doğum sonrası karşılaşılması muhtemel zorluklara (stres, kaygı, eve kapanma) karşı, annelere baş etme imkânı sunmaktadır (Archer ve Kao, 2018; Gibson ve Hanson, 2013).

Babaların internet ve sosyal medya kullanımları annelerin kullanımlarıyla benzerlik göstermektedir. Her geçen gün babaların çocuk bakımı konusunda üstlendikleri sorumluluk artmaktadır. Bu durum babaların internet ve sosyal medya kullanım gerekçelerini etkilemektedir. Babalar; sosyal desteği canlı tutmak, babalıkla ilgili aktivitelerini arşivlemek ve nasıl daha iyi baba olunabileceğini öğrenmek için sosyal medyayı kullanmaktadırlar (Ammari ve Schoenebeck, 2015). Benzer şekilde, prematüre doğan bebeğe sahip babaların internet ve sosyal medyayı kullanımları incelendiğinde sosyal-duygusal destek ve babalık deneyimlerini paylaşmak temaları öne çıkmaktadır (Kim ve Wyatt, 2016).

Anne babaların sosyal destek ve çocuk bakımı konularında sosyal medyayla kurdukları ilişki ve çocukların iletişim, eğlence ve eğitim amacıyla dijital medyayı kullanması bilinen ebeveynlik sorumluluklarına bir yenisi daha eklemiştir. Dijital ebeveynlik olarak tanımlanan bu yeni rol ve sorumlulukta ebeveynlerden çocukların çevrimiçi güvenliğini sağlama ve koruma görevlerini yerine getirmeleri beklenmektedir (Rode, 2009). Dijital ebeveynlerden beklenen dijital dünyanın fırsatlarının ve risklerinin farkında olan ve çocuğunu bu risklere karşı korumada rol model olabilmesidir (Yurdakul, vd., 2013). Ebeveynler çocuklarının eğitim ve sosyal hayatlarına katkıda bulunacak dijital medya kullanımının teşviki ile olası risklerden çocuklarını korumak arasında ikilemde kalmaktadırlar (Livingstone ve Helsper, 2008).

Dijitalleşme nedeniyle çocuklar ve ebeveynler kuralları henüz netleştirilmemiş yeni bir dünyaya adım atmak zorunda kalmaktadırlar. Öyle ki gerçek hayattaki insanlarla ilişkilerimizi, sınırlılıklarımızı ve özgürlüklerimizi belirleyen birçok kişisel ve toplumsal norm dijital dünyaya entegre edilmekte zorlanılmaktadır. Örneğin mahremiyet kavramının gerçek hayattaki yalnız kalma, kişisel bilgileri diğerlerinden koruma, kişisel alan tanımı (Zengin, vd., 2015), dijital mahremiyet için de geçerli fakat yetersizdir. Barkuş ve Koç (2019) bu durumu şöyle açıklamaktadırlar:

“Gerçek hayatta mahremiyet “kişinin tek yönlü olarak belirlediği alanlar” iken, dijital mahremiyet ise gerek teknolojiden gerekse onu üreten ve tüketenden ortaya çıkan çok yönlü bir durumdur. Örneğin bir kişi duygu ve düşüncelerini el yazısına dökerek saklayabilir ya da sınırlı kişilerle paylaşabilir. Gerektiğinde yazdığı bu kâğıdı yakarak veya geri toplayarak ondan nispeten kurtulabilir. Fakat bu bilgiyi dijital veriye dönüştürdüğünde ve dijital ortamda paylaştığında, silse bile tekrar kurtarılabilecek ve hızla yayılmasından ve çoğalmasından dolayı geri toplanamayacak bir yapıya sokmuş olur.”

İçinde bulunduğumuz 21.yy’da ebeveynlerden beklenti dijital dünyanın yeni yarattığı sorumlulukların farkında olmaları ve risklere karşı çocuklarını korumalarıdır (Yay, 2017; Yurdakul ve diğerleri, 2013; Yaman ve diğerleri, 2019; Livingstone ve Helsper 2008). Buna karşılık ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşarak mahremiyetlerini riske attıkları, yasal olarak çocuğun kişilik hakkını ihlal ettikleri görülmektedir. Gelecekte çocukların kendi fotoğraflarını ebeveynlerinin sosyal medya hesaplarında paylaşıldığını görmeleri muhtemeldir (Kumar vd., 2019).

Ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarının görüntülerini paylaşması sharenting olarak tanımlanmaktadır (Blum-Ross, Livingstone, 2017; Collins Dictionary, 2013). Sharenting; share (paylaşmak) ve parenting (ebeveynlik) kelimelerinden türetilmiştir. Sharenting ebeveynlerin çocuklarına dair bilgi ve görüntüleri sosyal medyada kamuya açık paylaşımları olarak tanımlanır.

Bu paylaşımların genellikle anneler tarafından yapıldığı araştırmalarda (Wagner ve Gasche, 2018; Lipu ve Siibak, 2019) saptanmış olsa da babaların (Campana, vd., 2020) ve öğretmenlerin (Cino ve Vandini, 2020) paylaşımlarına vurgu yapan çalışmalar da mevcuttur. Ayrıca çocukların babaanneleri, hala/teyze, amca/dayı ve kuzenler gibi yakın aile üyelerinin de çocuklara dair paylaşım yaptıkları görülmektedir (Aslan ve Durmuş, 2020; Fox ve Hoy, 2019). Babaların paylaşımlarında annelerinkine göre içerik açısından daha fazla sınırlandırıldığı ve mahremiyete daha fazla dikkat edildiği görülmüştür (Ammari vd., 2015; Choi ve Lewallen, 2018).

Fotoğraf ve bilgi paylaşmanın gerekçelerine ilişkin yapılan araştırmalarda ebeveynlerin iyi ebeveyn olduklarını duyurma (Damkjaer, 2018; Fox ve Hoy, 2019), çocuk bakımı konusunda yardım alma, annelerin sosyal destek mekanizmaları oluşturma (Fox ve Hoy, 2019) zihinsel ve fiziksel engeli olan çocuğa sahip annelerin aynı zorluklarla baş eden annelerle iş birliği sağlama (Steinberg, 2017), kendilerine uzakta yaşayan yakınlarına çocuklarının gelişimlerinden haberdar etme ve hatıra biriktirilmesi (Aslan ve Durmuş, 2020) gibi gerekçeler öne çıkmıştır. Paylaşımları motive eden bir diğer unsur ise sosyal medyada yüksek takipçi sayısına sahip ebeveyn hesaplarının sürekli çocuklarını paylaşarak ekonomik kazanç elde etmeleridir (Fox ve Hoy, 2019).

Türk annelerin Facebook hesapları incelenerek yapılan çalışmada anneler çocuklarının genel olarak özel günlerde (doğum günü, parti vs.) fotoğraflarını paylaştıklarını söylediler de paylaşımların içeriği analiz edildiğinde çocukların herhangi bir özel durum olmadığında da paylaşıldığını göstermiştir. Bunun yanı sıra paylaşımlarda annelerin çocuklarının eğitsel gelişimlerini destekleyici aktivitelerini, günlük ev rutinlerini ve olumlu olayları paylaştıkları tespit edilmiştir (Maraşlı vd., 2016). Türkiye’de yapılan diğer bir araştırmada ise 200 ebeveynin Facebook paylaşımları geriye dönük bir yıl incelenmiş ve 56 hesapta (%28) çocukların iç çamaşır ya da mayolu fotoğrafı görülmüştür (Özaslan vd., 2018a). Polonya’da 168

facebook hesabı incelenmiş ve paylaşımlar içerik analizine tabi tutulmuştur. Paylaşımların büyük çoğunluğunu (%95,6) günlük yaşam-rutinler, seyahat-geziler ve özel etkinliklerin oluşturduğu görülmüştür. Ebeveynlerin 113'ü ise (%67,3) çocuğun uygunsuz kabul edilebilecek çıplak veya yarı çıplak banyo sırasında, lazımlık üstünde vb. en az bir fotoğrafını paylaşmışlardır (Brosh, 2016).

Bu paylaşımlar hakkında fikrini beyan etme yaşına gelmiş olan çocukların paylaşımların içeriğine göre tepki verdikleri söylenebilir. Paylaşımlarda çocuğun başarısına, sevimli resimlerine ve eğlenceli aile fotoğraflarına vurgu yapılıyorsa çocuklar tarafından beğenilmekteyken mahremiyeti ihlal eden, fazla kişisel bilgi içeren kendilerinin izni olmadan yapılan paylaşımlar ise utanç verici görüntüler olarak değerlendirilmektedir (Lipu ve Siibak, 2019; Moser vd., 2017). Ergenlerle yapılan bir çalışmada (Ouvrein ve Verswijvel, 2019) ebeveyn paylaşımları hakkında ergenlerin görüşleri alınmıştır. Buna göre ergenler sharentingi kendileri için oluşturmaya çalıştıkları çevrimiçi kimlik ile ebeveynlerin onların adına oluşturdukları çevrimiçi kimlik arasında çelişkiler olduğunda rahatsız edici bulmuşlardır. Yapılan paylaşımlar hakkında henüz ne hissettiklerini bilmediğimiz yaş grubu ise okul öncesi dönemdir. Nitekim paylaşımların henüz çocuk dünyaya gelmeden ultrason fotoğrafları ile başladığı bilinmektedir (Brosh, 2016).

Paylaşımların gerekçeleri ve içeriği ne olursa olsun çocuklar için risk doğurma ihtimalleri mevcuttur. Kopecky ve arkadaşları (2020) sharentingin risklerini şöyle sıralamışlardır:

- a. İzinleri olmadan çocuklarının fotoğraflarının veya videolarının aşırı paylaşılması
- b. Çeşitli çevrimiçi hizmetlerde çocukların izinleri olmadan, çocukların bilgilerini formlara girerek profiller oluşturulması
- c. Çocuğun hayatının başkaları tarafından gün be gün izlenmesini sağlayan çevrimiçi rutinler oluşturulması
- d. Nefret dolu içeriklerin (siyaset, ırkçılık vb.) çocukların görüntüleriyle birlikte paylaşılarak çocuk istismarına yol açması
- e. Ticari araç olarak çocuğun izni olmadan görüntülerinin kullanılarak istismar edilmesidir.

Sharentingin olumsuz yönlerini çocuğun kişisel verilerinin paylaşılması, mahremiyetinin kaybedilmesi ve sorunlu ebeveyn çocuk ilişkisi şeklinde gruplandıran Siibak ve Traks'a (2019) göre günlük bir rutin haline gelen bu eylemin olası risklerinin üzerinde daha fazla durulması gerekmektedir.

Sharenting hukuk zemininde değerlendirildiğinde çocuğun küçük düşürecek, onurunu zedeleyecek, aşağılayıcı fotoğraflarının paylaşılması doğumla birlikte kazanılan kişilik haklarının ihlali anlamına gelebilir. Nitekim anne-baba çocuğun kişilik haklarının koruyucusudur (Akdi, 2016). Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası sözleşmelerde sosyal medyada çocuğun mahremiyetinin ihlalinin karşılığı bulunmaktadır (Çimke vd., 2018). Bunun yanı sıra unutulma hakkı kavramı dijital dünyayı düzenlemedeki önemli hukuki kavramlardan biri olarak yerini almıştır. Bu sayede bireyler geçmişe yönelik dijital dünyadaki verilerini (fotoğraf, video, haber vb.) silme hakkına sahip olmuşlardır (Akgül, 2016). Tek başına unutulma hakkının dijital dünyadaki içeriklerin üçüncü kişilerin eline çoktan geçme ihtimali nedeniyle çocuklarının mahremiyetini koruyamadığı da bilinmektedir (Dursun, 2019). Uluslararası sözleşmelerdeki çocuğun kişisel verilerini korunmasına yönelik maddelerde ise genellikle çocuğun üçüncü kişilere karşı korunduğu görülmektedir (Erdoğan, 2019). Oysa çocukların, ebeveynlerinin hak ihlallerine karşı da yasalarla korunmaları gerekmektedir.

Özetle son yıllarda günlük rutin haline gelen, çocukların mahremiyetini ihlal etme riski taşıyan ve hukuki sorumluluklar barındıran sharentingin boyutlarını tespit etmek, ebeveynlerin sharenting davranışlarını nicel olarak incelemek için geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı geliştirmek ve diğer değişkenlerle ilişkisini ortaya koymak önemlidir. Sharenting ile ilgili alan yazını incelendiğinde derleme çalışmaların ve ebeveynlerin sosyal medya hesaplarının incelenerek içerik analizi yapılan çalışmaların ağırlıkta olduğu görülmektedir. Bu bağlamda sharentingin boyutları ve ebeveynlerin sharenting davranışları merak edilmektedir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada amaç karma yöntem, keşfedici sıralı desen modeli ile sharenting boyutlarını ortaya koymak, sharenting davranışlarını inceleyecek bir ölçme aracı geliştirmek ve ebeveynlerin demografik değişkenleri açısından sharenting davranışlarını incelemektir.

Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Sharenting boyutları nelerdir?
2. Geliştirilen sharenting ölçeği geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı mıdır?
3. Sharenting ebeveynlerin demografik özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?
 - 3.1. Sharenting ebeveynin cinsiyetine göre farklılaşmakta mıdır?
 - 3.2. Sharenting ebeveynin eğitim düzeyine göre farklılaşmakta mıdır?
 - 3.3. Sharenting ebeveynin gelir düzeyine göre farklılaşmakta mıdır?
 - 3.4. Sharenting ebeveynin paylaşım yapma sıklığına göre farklılaşmakta mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

Günümüzde internet erişimi kolaylaşmış, akıllı telefon kullanımı artmış ve sosyal medya hemen yanı başımızda yer almıştır. Bu durum araştırmacıları dijital dünyanın olası riskleri üzerinde çalışmalar yapmaya yöneltmiştir. Çocukların (Özsoy ve Atılğan, 2018; Halkacıoğlu, 2019; Karahisar, 2014; Muslu ve Bolışık, 2009; Taş ve Güneş, 2018) ve ergenlerin (Altıntaş, 2020; Canoğulları-Ayazseven ve Cenkseven-Önder, 2019) problemleri internet kullanmalarına ilişkin literatürde birçok çalışma bulmak mümkündür. Söz konusu ebeveynler olduğunda ise dijital dünyanın yüklediği yeni rol ve sorumlulukların, sağladığı fırsatların ve olası risklerinin farkında olunması dijital ebeveynlik olarak tanımlanmaktadır (Huang vd., 2018; Rode, 2009; Kabakçı-Yurdakul vd., 2013; Yay, 2017; Yaman vd., 2019). Dijital ebeveynlerden beklenen çocuklarını, dijital dünyanın getirdiği mahremiyeti ihlal etme (Barkuş ve Koç, 2019; Wolf, 2020), siber zorbalığa maruz kalma (Cebecioğlu ve Altıparmak, 2017) internet/sosyal medya bağımlılığı (Aktan, 2018) ve teşhir (Dursun, 2019; Buchanan, vd., 2019) gibi olası risklerden çocuklarını korumalarıdır. Buna karşılık yetişkinlerin/ebeveynlerin sosyal medyadaki çocuklarının mahremiyetini ihlal eden paylaşımlarda bulunmaları dikkat çekicidir (Aslan ve Durmuş, 2020; Maraşlı ve diğerleri, 2016; Erişir ve Erişir, 2018; Kesicioğlu, 2019). Ebeveynlerin çocuklarına dair içerikleri paylaşıp paylaşmamanın ikileminde kaldıkları, paylaşım yapmanın risklerinin farkında oldukları fakat paylaşım yapmaya devam ettikleri bilinmektedir (Aslan ve Durmuş, 2020; Damkjaer, 2018; Lazard vd., 2019). Ebeveynlerin yaşadıkları bu ikilem, sharenting motivasyonlarına dair daha fazla bilgiye ihtiyacımız olduğunu ortaya koymaktadır.

Sharenting'in gerekçeleri incelendiğinde ebeveynlere sosyalleşme (Ammari ve diğerleri, 2015), ebeveynlik deneyimlerini paylaşma, çocuk bakımına ilişkin yardım alma (Fox ve Hoy, 2019), varsa zihinsel veya fiziksel engeli olan çocuklarının gelişimleri noktasında destek alma (Steinberg, 2017), uzaktaki akrabalarına çocuklarının fotoğraflarını gösterme (Aslan ve Durmuş, 2020; Özaslan vd., 2018b) ve ekonomik kazanç sağlama (Bostan vd., 2017; Fox ve Hoy, 2019) gibi imkanlar sunulması öne çıkmaktadır. Başka bir deyişle ebeveynler iyi niyetle paylaşım yaptıklarını söyleseler de araştırmalar paylaşımların çocukların mahremiyetini ihlal etmesi ve kimlik gelişimini olumsuz etkilemesi gibi risklere yoğunlaşmaktadır. Nitekim ebeveynlere sharenting'in hukuki sorumluluk (Kale-Özçelik, 2020; Leaver, 2020; Çimke vd., 2018) yüklediğini hatırlatan çalışmalarda mevcuttur. Bu nedenle ebeveynlerin sharenting motivasyonları ve ilgili paylaşımlarının risklerine ilişkin farkındalıklarının ortaya konması önemlidir.

Sharenting konulu araştırmalar her geçen gün artmaktadır. Araştırmacılar ebeveynlerin sosyal medya kullanım biçimlerini, dijital ebeveynlik, dijital mahremiyet gibi kavramları ve sharenting'in gerekçeleri, riskleri ve görüntülerin içeriğine dair çalışmalar yürütmektedirler. İlgili literatürün genel görünümüne Tablo-1'de yer verilmiştir.

Tablo 1
Sharenting alan yazınının genel görünümü

Çalışma	Dijital Platform	Veri Yönetimi	Örneklem
Aslan ve Durmuş, (2020)	Genel Sosyal Ağlar	Anket	Anneler
Altun, (2019)	Genel Sosyal Ağlar	Anket	Ebeveynler
Bostan ve diğerleri, (2017)	Instagram	İçerik Analizi	Anneler
Erişir ve Erişir, (2018)	Instagram	İçerik Analizi	Ebeveynler
Günel ve Günel, (2018)	Genel Sosyal Ağlar	Anket	Çocuklar
Kesicioğlu, (2019)	Instagram	İçerik Analizi	Tüm paylaşımlar
Küçükali, (2019)	Genel Sosyal Ağlar	Anket	Ebeveynler
Maraşlı ve diğerleri, (2016)	Facebook	Anket ve İçerik Analizi	Ebeveynler
Ammari ve diğerleri, (2015)	Genel Sosyal Ağlar	Anket	Ebeveynler

Tablo 1
Sharenting alan yazınının genel görünümü (devamı)

Çalışma	Dijital Platform	Veri Yönetimi	Örneklem
Atwel, Kicova, Vagner ve Miklencicova, (2019)	Genel Sosyal Ağlar	Literatür Taraması	Yapılmış Çalışmalar
Brosh (2018)	Genel Sosyal Ağlar	Literatür Taraması	Yapılmış Çalışmalar
Fox ve Hoy, (2019)	Genel Sosyal Ağlar	Anket	Ebeveynler
Holiday ve diğerleri, (2020)	Instagram	İçerik Analizi	Ebeveynler
Kopecky ve diğerleri, (2020)	Genel Sosyal Ağlar	Anket	Ebeveynler
Lazard ve diğerleri, (2019)	Genel Sosyal Ağlar	Literatür Taraması	Yapılmış Çalışmalar
Wagner ve Gasche, (2018)	Genel Sosyal Ağlar	Anket	Anneler
Lipu ve Siibak, (2019)	Facebook	Anket	Anneler ve Çocuklar
Baştemur, Borucu ve Bulut, (2021)	Instagram	İçerik Analizi	Anne

Tablo 1’de görüldüğü üzere paylaşımların genel sosyal ağlardaki görünümünün yanı sıra kullanıcı sayısı ve fotoğraf paylaşmaya uygunluk bağlamında facebook (Maraşlı vd., 2016; Lipu ve Siibak, 2019) ve instagram (Bostan ve diğerleri, 2017; Kesicioğlu, 2019; Holiday vd., 2020) özelinde çalışmalar yaygındır. Buna karşılık bugüne kadar ki araştırmalar genellikle paylaşımların içeriğine (Bostan vd., 2017; Erişir ve Erişir, 2018; Holiday vd., 2020; Maraşlı vd., 2016) ve bu paylaşımlara ilişkin ebeveynlerin (Altun, 2019; Küçükali, 2019; Kopecky vd., 2020) ve çocukların (Günel ve Günel, 2018; Lipu ve Siibak, 2019) görüşlerine odaklanmıştır. Bu araştırmalarda sharenting davranışının ebeveynler arasındaki yaygınlığına, sharenting davranışının sergilendiği sosyal medya platformlarına, paylaşım sıklığına ve ebeveynlerin görüşlerine ilişkin literatüre önemli katkılarda bulunulmuştur. Buna karşılık verilerin genellikle anket yoluyla, literatür taramasıyla ve paylaşılan fotoğrafların içerik analizleriyle toplandığı görülmektedir. Ayrıca ebeveynlerin sharenting davranışlarını inceleyecek nicel bir ölçme aracının henüz literatüre kazandırılmadığı tespit edilmiştir.

Bu araştırma güncel bir ebeveynlik pratiği olan sharentingi derinlemesine inceleyerek boyutlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ebeveynlerin sharentinge ilişkin görüşlerinin ve deneyimlerinin literatüre önemli katkılarda bulunacağı düşünülmektedir. Ebeveyn görüşleri ve literatür taraması neticesinde geliştirilen sharenting ölçeği ise ilgili paylaşımların motivasyon düzeyleri ve risk farkındalıklarının ilişkili olduğu değişkenleri ortaya koyması bakımından önemlidir. Buna göre sharenting

ile ebeveynlerin demografik özellikleri arasındaki ilişkinin ortaya konması literatüre güncel ve özgün katkılar sunması beklenmektedir.

1.4. Araştırmanın Sayıtları

- Ebeveynler yarı yapılandırılmış görüşme sorularını içtenlikle cevaplamış ve sharentingle ilgili doğru bilgiler vermişlerdir.
- Keşfedici sıralı desenler modelinin birinci basamağı olan nitel aşamada yarı yapılandırılmış görüşme formu sharenting boyutlarını ortaya koymak için yeterlidir.
- Sharenting ölçeği geçerli ve güvenilir bir ölçme aracıdır.
- Ebeveynler kişisel bilgi formuna ve sharenting ölçeğine içtenlikle yanıt vermişlerdir.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Bu araştırma sharenting boyutlarının ortaya konması, ebeveynlerin sharenting davranışlarını değerlendirmeyi amaçlayan geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı geliştirilmesi ile sınırlıdır.
- Bu araştırmanın nitel aşaması 13 yaşından küçük çocuğu ve aktif sosyal medya hesabı bulunan 10 katılımcı ile sınırlıdır.
- Bu araştırmanın nicel aşaması 13 yaşından küçük çocuğu olan ve bugüne kadar sosyal medyada çocuklarının görüntülerini en az 1 kez paylaşmış katılımcılar ile sınırlıdır.
- Bu araştırmanın nicel aşamasındaki çalışma gruplarında erkek katılımcıların sayısının kadın katılımcıların sayısına göre düşük kalmasıyla sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Sharenting: Ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarıyla ilgili paylaşım yapmalarıdır (Collins Dictionary, 2013).

SÖ: Sharenting Ölçeği

BÖLÜM II

KURAMSAL BİLGİLER ve İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Araştırmanın bu bölümünde internet ve sosyal medya kullanımı, değişen ebeveynlik rolleri ve dijital dünyada dijital ebeveynlik kavramlarına yer verilmiştir. Bununla birlikte sharenting kavramı tanıtılmış ve literatür ışığında ebeveynlerin sharenting davranışları ele alınmıştır. Yurtiçi ve yurtdışındaki sharenting üzerine yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

2.1. İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

İnternet ve sosyal medya kullanım oranları her yaştan insanlarda hızla artmaktadır. İnternetin ve sosyal medyanın insan yaşamına etkisi üzerine bugüne kadar sayısız araştırma yapılmıştır. İnternet ve sosyal medyanın yoğun kullanımı uzmanları endişelendirmiş ve araştırmaların odak noktası haline gelmiştir. İnternetin olumsuz duygulardan kaçmak için kullanılması, durmak istenmesine rağmen kullanıma devam edilmesi ve kullanımının imkânsız olduğu durumlarda ise olumsuz duyguların yaşanması internet bağımlılığına işaret etmektedir (Young, 1998). İnternet bağımlılığının yaygınlığını ve ilişkili olduğu bozuklukları ortaya koymak amacıyla yapılan bir meta analiz çalışmasında; Asya ülkelerindeki internet bağımlılığının toplum içerisindeki yaygınlığı %12,6 ile %67,5 arasında değiştiği görülmüştür. Ayrıca duygu durum bozuklukları, intihar eğilimi, dürtüsellik, saldırganlık ve uyku sorunlarıyla internet bağımlılığının ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Kuss vd., 2021). Benzer şekilde ergenlerin internet kullanım sıklıkları ile internetin getirdiği riskler arasında pozitif bir ilişki vardır (Livingstone ve Helsper, 2007).

İnternet her ne kadar yetişkinler tarafından oldukça riskli algılsa da (Leung, 2014), ebeveynler arasında kullanımı her geçen gün artmaktadır. Örneğin; internet tabanlı akran desteği ile mesafe gözetmeksizin karşılıklı etkileşime geçen iki ebeveyn de çocuk gelişimi ve bakımı hakkında birbirlerine bilgi sağlamaktadırlar. Özellikle anneler internet tabanlı akran desteğini daha etkin kullanmaktadırlar. Bu destek ebeveynlerin ruh sağlığı ve ebeveynlik becerilerini geliştirmektedir (Niela-Vilén vd., 2014). İnternetin sağladığı imkanlardan biri olan sosyal medya bugün insanların

yaşamlarının her alanında etkisini göstermektedir. Sosyal medya, kullanıcılar tarafından içerik oluşturulmasına ve oluşturulan içeriğin karşılıklı paylaşılmasına imkân veren internet tabanlı uygulamalardır. Sosyal medyada kullanıcılar kendi görüntülerini ve fikirlerini paylaşabilir, diğer kullanıcılarla tanışabilir ve ortak ilgi alanlarına göre gruplara dahil olabilirler (Livingstone ve Brake, 2010).

Sosyal medyanın çocukların ve gençlerin ruh sağlığını etkilediği bilinmektedir. Bir meta analiz çalışması sosyal medyanın çocuk ve gençlerin benlik saygısı ve iyi oluşu, siber zorbalık, depresyon, çevrimiçi risk alma davranışı ve gençlerle iletişim ana temaları üzerinde etkili olduğunu göstermiştir (Richards vd., 2015). Örneğin; yaşları 13-15 arasında değişen kızların sosyal medya kullanım sıklıkları ile vücut algıları arasında olumsuz bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Tiggeman ve Slater, 2013). Benzer şekilde üniversite öğrencilerinde Facebook'ta geçirilen süre ve paylaşım sıklığıyla düşük benlik saygısı ilişkilidir (Schwartz, 2010). Ortaokul öğrencileri arasında ise Facebook'u sık kullananların siber zorbalığa maruz kalma ihtimalleri daha yüksektir (Kwan ve Skorice, 2013). Üniversiteli öğrencilerin depresyon puanlarıyla sosyal medyada geçirdikleri süre arasında anlamlı ilişki bulunmuştur (Pantic, vd., 2012).

Ebeveynlerin sosyal medya kullanım amaçları değişkenlik gösterse de araştırmalar çocuk gelişimi hakkında bilgi almaya ve ebeveynlik deneyimlerini karşılıklı paylaşmaya işaret etmektedir (Haslam vd., 2017). Özellikle nadir görülen koşullara sahip çocukların ebeveynleri sosyal medyayı çocukları hakkında bilgi almak ve benzer durumdaki ebeveynler ile dayanışma içerisinde olmak amacıyla kullanmaktadırlar. Bu sayede ebeveynlerin, çocuklarının durumu hakkında daha fazla bilgi sahibi olup onların durumunu daha iyi anladıkları söylenebilir (Nicholl vd., 2017). Ebeveynlerin interneti ve sosyal medyayı çocuk gelişimi ve bakımı hakkında bilgi almak için aktif kullanmaları yenilikçi ebeveyn destek programlarını gündeme getirmiştir (Asiodu vd.,2015). Örneğin hamile kadınlara ve yeni annelere doğum öncesi bakım mesajları sağlayan Text4baby programını kullanan hamile annelerin ebeveynlik becerilerinin geliştiği görülmektedir (Evans vd., 2012). Sosyal medya kullanımı ebeveyn-çocuk ilişkisi bağlamında incelendiğinde günlük 2 saatten az kullanımların ebeveyn-çocuk ilişkisini etkilemediği fakat 2 saatten fazla kullanımların ebeveyn-çocuk ilişkisini olumsuz etkilediği görülmüştür (Sampasa-Kanyinga vd., 2020).

Tüm bu veriler ışığında internet ve sosyal medyanın çocuklar, gençler ve yetişkinler arasında kullanım oranlarının arttığı ve yoğun kullanımın çeşitli ruh sağlığı sorunlarına neden olduğu görülmektedir. Buna karşılık ebeveynlerin internet ve sosyal medyayı çocuk gelişimi ve bakımı hakkında bilgi alışverişinde bulunma, akranlarıyla çevrimiçi mesafe tanımaksızın bir araya gelme, ortak sorunlara birlikte çözümler üretme ve sosyal destek sağlama bakımından fırsat olarak gördükleri söylenebilir. Dahası hamile kadınlar, yeni doğum yapan anneler ve ilk kez baba olan erkekler ebeveyn olmanın zorlu koşullarıyla baş etmek için internet ve sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Bu durum her ne kadar ebeveyn destek programlarını yenilikçi uygulamalarla ebeveynlere sunmayı akla getirse de internet ve sosyal medyanın yoğun kullanımının riskleri de göz ardı edilmemelidir.

2.2. Değişen Ebeveynlik Roller

Ebeveynlik, çocuk gelişimini doğrudan etkileyen birçok özel eylemi içeren karmaşık görevler bütünüdür (Rodrigo vd., 2014). Diğer bir deyişle ebeveynlik, çocukların gelişim görevlerini başarmalarını teşvik etmeyi içeren bir dizi uygulamadır (Sandler vd., 2011). Ebeveynlik uygulamalarının bireylerin psikolojik profillerini belirleyen önemli etkenlerden biri olduğu insan bilimleriyle ilgilenen uzmanların ortak görüşüdür (Kagan, 1998).

Geçmişten günümüze ebeveynlerin bireysel özelliklerinin çocuklarının gelişimleri üzerindeki etkisini vurgulayan sayısız araştırma yapılmıştır. Sigmund Freud, ebeveynlerin çocuk gelişiminde merkezi rol oynadığını belirterek ebeveynin kişiliğinin, ebeveyn-çocuk ilişkisini ve çocuğun gelişimini belirlediğini ifade etmiştir. Benzer şekilde Anna Freud, kendi nevrotik çatışmaları nedeniyle çocuklarını reddeden ebeveynleri tanımlamıştır (Bornstein, 2007). Melanie Klein erken dönem ebeveyn-çocuk ilişkisine odaklanarak içselleştirilmiş nesne temsillerinin çocuğun gelişimindeki rolünü vurgulamıştır. Winnicot'a göre ise ebeveynlerin tatmin edici bir bakım sunması olarak tanımladığı kucaklayıcı çevre, bebeğin gelişiminde önemli bir rol oynar (Palombo ark., 2018). Bağlanma kuramcıları John Bowlby ve Mary Ainsworth'a göre ise bebek ile annenin güvenli bağlanması çocuk gelişiminde hayati öneme sahiptir (Bretherton, 1992).

Ebeveyn-çocuk ilişkisini inceleyen ilk teorilerin ebeveynlerin bireysel özelliklerine odaklandıkları ve ebeveynliği sosyal bağlam içerisinde değerlendirmeyi

ihmal ettikleri görülmektedir. Oysa ebeveynin içinde bulunduğu toplumun özellikleri ebeveynlik uygulamalarını etkilemektedir. Otoriter ebeveynlik Batılı olmayan toplumlarda daha fazla görülürken (Bray ve Dawes, 2017), çocuğun akademik başarısını aşırı önceleyen kaplan ebeveynlik ise Asya toplumlarında daha fazla tespit edilmektedir (Doan vb., 2017). Politik ve sosyoekonomik gelişmeler de ebeveynliği etkilemektedir. Örneğin; Doepke ve Zilibotti (2014) artan gelir eşitsizliğinin aşırı/koruyucu ebeveynliği teşvik ettiğini ifade etmişlerdir. Ebeveynler toplumca uygun görülen davranışları teşvik etme ve toplum içindeki işleyişi olumsuz etkileyen davranışları ise reddetme eğilimindedirler (Bornstein, 2012). Ebeveynliğin bireysel ve sosyal parametreleri dışında ebeveynliği etkileyen diğer önemli unsur ise aile süreçleridir. Bir ebeveyn etkili ebeveynlik becerilerine sahip olsa da problemleri aile süreçleri içerisinde bu becerileri sergilemekte zorlanabilir (Yeung vd., 2017). Bu nedenle ruh sağlığı uzmanlarının ebeveynliğe dair açıklamalar yaparken aile süreçlerini de dikkate almaları gerekmektedir (Taylor vd., 2009).

Ebeveynliğin bireysel ve toplumsal birçok kapsamlı değişken tarafından etkilenmesi nedeniyle iyi ve etkili ebeveynliğin özelliklerini ortaya koyarken çeşitli disiplinlerden gelen uzmanlardan faydalanmak gerekmektedir. Bu düşünceden hareketle yapılan bir araştırmada üzerinde hemfikir olunan iyi ebeveynliğin altı ana boyutu tespit edilmiştir. Bunlar; ebeveynin, çocuğun ihtiyaçlarını ve kendisinin bu ihtiyaçları karşılama yeteneğini anlamayı da kapsayan şekilde kişinin ebeveyn rolünün farkında olması, ebeveyn olmaya dair isteklilik ve motivasyona sahip olması, çocuğuyla ilgili uzun vadeli planlar yapma, çocuğun ihtiyaçlarını önceleme, bağlanmayı teşvik etme ve esneklik ile tutarlılığı dengelemedir (Eve vd., 2014). Ebeveynlik tutumları ve beceriyle ilgili psikometrik ölçümler tartışmalı olduğu öne sürülse de (Hurley vd., 2014), etkili ebeveynliğin çocuğun ruhsal problemlerini azaltmadaki başarısı bilinmektedir (Yeung vd., 2017). Türkiye'deki son 10 yıldaki ebeveyn çocuk ilişkisini inceleyen araştırmaların sentezlendiği bir çalışmada demokratik tutumun çocuğun sosyal becerilerini olumlu etkilediği diğer ebeveyn tutumlarının ise olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca davranış problemleriyle anne-baba tutumları arasında düşük düzeyde de olsa bir ilişki olduğu ortaya konmuştur (Kırman ve Doğan, 2017).

Geçmiş yüzyıllara göre bu yüzyılda ebeveynler bilgiye daha kolay erişebilmekte ve ebeveynlik hakkında daha fazla bilgiye sahip olmaktadır (Hayford vd., 2014). Hükümetler tarafından sağlanan maddi imkanların yanı sıra son dönemlerde ebeveynlik

eğitim programlarıyla da ebeveynler desteklenmektedir (Ulferts, 2020). Bu programlar sayesinde ebeveynler etkili ebeveynlik becerilerini geliştirme fırsatı bulmaktadırlar. Örneğin; yürümeye yeni başlayan çocukların ebeveynleri beceri geliştirme programına alınmış ve deney grubu ebeveynlerin çocuklarının rahatsız edici davranışlarında önemli azalma görülmüştür (Perrin vd., 2014). Etkili ebeveynlik programlarının incelendiği bir meta analiz çalışmasının sonuçları kısa vadede ebeveynlik becerilerini geliştirme ve uzun vadede gençlik sorunlarını önlemede etkili olduğunu ortaya koymuştur (Sandler vd., 2011). Litvanya'da yarı deneysel bir çalışmada etkili ebeveynlik programının anne-babaların ebeveynliğe dair bilgilerini arttırdığı, otoriter ve izin verici ebeveynlik stillerini azalttığı ortaya konmuştur (Jonyniene vd., 2015). Sonuçlardan da anlaşılacağı üzere ebeveynlik dinamik bir süreçtir ve ebeveynlik becerileri hayat boyu geliştirilebilir.

Günümüzde ebeveynler dijital teknolojiler yoluyla hiç olmadığı kadar fırsatlar ve risklerle karşı karşıyadır. Ebeveynler çocuk yetiştirirken dijital teknolojileri kullanabilir, yeni beceriler öğrenebilir, çocuklarını daha yakından takip etme fırsatı bulabilirler. Buna karşılık çocuklarının çevrimiçi güvenliğini sağlamaları ve davranışlarını düzenlemeleri gerekir (Ulferts, 2020).

2.3. Dijital Dünyada Ebeveynlik

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının hızla artmasıyla birlikte ebeveynler için yeni bir sorumluluk alanı doğmuştur. Ebeveynler, içinde bulunduğumuz dijital çağın fırsatlarının ve risklerinin farkında olmalıdır. Bu bağlamda dijital ebeveynlik, dijital çağın gereksinimlerine göre hareket edip çocuğunun dijital medyayla etkileşimini düzenleme, temel düzeyde dijital araçlara hâkim olma, dijital dünyadaki fırsat ve risklerin farkında olma ve çocuklarına dijital dünyada olumlu rol model davranışları sergileme olarak tanımlanabilir (Huang vd., 2018; Kabakçı-Yurdakul vd., 2013; Manap ve Durmuş, 2020). Tanımdan da anlaşılacağı üzere dijital ebeveynlik beklenti; temel dijital becerilere hâkim olması, çocuğunu dijital risklere karşı koruması ve olumlu rol model olmasıdır. Ayrıca dijital ebeveyn bunları yaparken dijital dünyadaki fırsatların da farkında olması gerekmektedir. Dolayısıyla dijital ebeveynlik sadece ebeveynlerin kendilerinin dijital teknolojileri kullanma davranışlarını düzenlemeyi içermez. Nitekim dijital ebeveynlik çocuğun dijital dünyadaki davranışlarını düzenlemeyi (Fidan ve Seferoğlu, 2020) ve olumlu rol model olmayı da kapsar (Manap ve Durmuş, 2020).

Manap ve Durmuş'a (2020) göre dijital ebeveynlik farkındalığının beş temel boyutu vardır. Bunlar; verimli kullanım, risklerden koruma, model olma, dijital ihmal ve yeniliklere açık olmadır. Verimli kullanım dijital teknolojilerin fırsatlarına vurgu yaparken risklerden koruma boyutu ise zaman sınırlaması ve denetleme gibi ebeveynlerin çocuklarını dijital teknolojilerin risklerinden korumalarını amaçlayan bir dizi davranışı içerir. Model alma boyutu ebeveynlerin dijital teknolojileri doğru kullanmaları, dijital ihmal çocuğun aşırı kullanımına göz yumulması ve yeniliklere açık olma boyutu temel dijital becerileri geliştirme konusunda motivasyonu ifade eder.

Dijital ebeveynlik sorumluluklarının yerine getirilmesi için temel dijital becerilere sahip olunması gerekmektedir. Dijital çağdaki ebeveynlere verebilecek en önemli tavsiye dijital becerilerini geliştirerek dijital teknolojileri kullanırken risklerin ve fırsatların farkında olmaları ve çocuklarına temel becerileri öğretmeleridir (Livingstone vd., 2017). Temel dijital becerilere sahip bir ebeveyn web siteleri ve çevrimiçi tartışma forumları aracılığıyla diğer ebeveynlerle etkileşim kurabilir ve akran desteği alabilir, ebeveyn bloglarında diğer ebeveynlerle bilgi alışverişinde bulunabilir, cep telefonundaki mobil uygulamalar ile ebeveynliğe dair anlık bilgiler alabilir. Aynı zamanda sosyal medyada kendi ürettiği içeriği diğer ebeveynlerle paylaşabilir benzeri içeriklere ulaşabilir. Günümüzde birçok ebeveynlik web sitesi, bloğu ve mobil uygulaması ebeveynlere ulaşmak için sosyal medyayı aktif kullanmaktadırlar (Lupton vd., 2016). Temel dijital becerilere sahip olmak ebeveynin dijital ebeveynlik öz yeterliliğine katkı sağlar. Araştırmalar dijital ebeveynlik öz yeterliliğiyle evde internet erişimi arasında doğrudan pozitif yönde ilişki olduğunu göstermektedir (Huang vd., 2018). Bu nedenle dezavantajlı bölgelerdeki ebeveynlerin internet erişimi hükümetler tarafından sağlanmalıdır. Nitekim dezavantajlı bölgelerdeki birçok ebeveyn en temel dijital becerilerden bile yoksundur. Temel dijital becerilere sahip ebeveynler çocuklarını korumak ve fırsatlardan haberdar etmek için dijital ebeveynliği daha güçlü kullanabilir (Huang vd., 2018).

Ebeveynler, dijital ebeveynliği daha güçlü kullanmak için ebeveyn arabuluculuğu olarak tanımlanan çocuğun dijital teknolojiler ile ilişkisini düzenleyen bir dizi strateji uygularlar. Başlangıçta ebeveynlerin çocuklarının TV izleme davranışlarını düzenlerken kullandıkları arabuluculuk stratejilerinin dijital medyaya uyarlanmasıyla 3 farklı strateji belirlenmiş olsa da günümüzde stratejiler kolaylaştırıcı ve kısıtlayıcı olarak ikiye ayrılır (Livingstone vd., 2017). Ebeveynlerin internet ve dijital medyaya

dair risk algıları arttıkça kısıtlayıcı arabuluculuk stratejisini kullandıkları söylenebilir. Bu stratejinin okul öncesi dönemde daha fazla kullanıldığı bilinmektedir. Kısıtlayıcı arabuluculuk çocuğun internet kullanımını azaltmada başarılı olsa da çocukla ebeveynin iş birliğini olumsuz etkileyebilir. Sınırlı dijital becerileri nedeniyle sosyoekonomik durumu zayıf ebeveynler daha fazla kısıtlayıcı stratejiler uygulama eğilimindedirler (Huang vd., 2018; Livingstone ve Helsper, 2008). Helsper ve arkadaşlarına (2013) göre Türk ebeveynler daha fazla kısıtlayıcı stratejiler uygulayarak çocuklarını risklerden uzaklaştırmaya çalışırlar fakat çocuklarını dijital medyanın fırsatlarını tanımlarının önüne geçebilirler. Kolaylaştırıcı arabuluculuk ise çocukların dijital medyadaki fırsatları fark etmesine olanak tanır fakat riskleri artırma ihtimalini de barındırır (Livingstone vd., 2017).

Ebeveynlerin kendilerinin ve çocuklarının dijital medyanın fırsatlarını bilmelerini teşvik etme ile kullanım süresini kısıtlamak ve dijital medyadaki davranışlarını denetlemek gibi dijital medyanın risklerinden korunmalarını sağlamak arasında ikilemde oldukları anlaşılmaktadır (Mutlu-Bayraktar vd., 2018). Bu paradoks devam ederken ebeveynlerin dijital medyada çocuklarının mahremiyetini riske atabilecek davranışları sergiledikleri gözlemlenmektedir.

2.4. Sharenting: Ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarıyla ilgili paylaşımları

Ebeveynlerin çocukları dünyaya geldikten sonra daha fazla sosyal medya kullandıkları görülmektedir (Chalklen ve Anderson, 2017). Sosyal medyanın yaygın olarak kullanılmasıyla yeni ebeveyn davranışları ortaya çıkmıştır. Dahası sosyal medya ebeveynlerin çocuklarının bakımı, gelişimi ve mahremiyeti hakkında ebeveynlere yeni sorumluluklar getirmiştir. Artık ebeveynler sadece çocuklarının sosyal medyadaki davranışlarını takip etmekle değil aynı zamanda kendi sosyal medya davranışlarıyla da çocuklarının mahremiyetlerine ne ölçüde saygı duyduklarını göstermekle de sorumludurlar (Barnes ve Potter, 2021).

Ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaşımları olarak tanımlanan sharenting (Collins, 2013), sosyal medyada gerçekleştirilen güncel bir ebeveyn davranışı olarak araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Bu kelime share (paylaşmak) ve parenting (ebeveynlik) kelimelerinin birleşiminden türetilmiştir. Söz konusu sharenting olduğunda paylaşımların ebeveynler arasındaki yaygınlığı ve paylaşım miktarı araştırmalara konu olmuştur. Buna karşılık ebeveynlerin sharenting

düzeyleri sadece paylaşım miktarıyla ifade edilemez. Nitekim bazen yalnızca bir fotoğraf bile çocukların güvenliğini riske edebilir. Bu nedenle paylaşım miktarıyla birlikte, paylaşım sıklığı ve içeriği de dikkate alınmalıdır.

Ebeveynlerin sharenting davranışının uzun vadeli etkileri konusunda endişeli olsalar da (Buchanan vd., 2019) yaygınlığı incelendiğinde sharenting davranışının günümüz önemli ebeveyn pratiklerinden biri olduğu görülmektedir. Türkiye’de yapılan araştırmalar göz önüne alındığında ebeveynlerin %68’inin çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaştıkları bilinmektedir (Altun, 2019). Sharentingin babalara kıyasla anneler arasında daha yaygın bir uygulama olduğunu gösteren bulgular da mevcuttur (Udenze ve Bode, 2020). Örneğin annelerin %85’inin çocukları henüz 6 yaşına gelmeden fotoğraflarını sosyal medyada paylaştıkları görülmektedir (Aslan ve Durmuş, 2020). Başka bir araştırmada annelerin %70’inin babaların ise %50,8’nin çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaştıkları rapor edilmiştir (Akpınar vd., 2020). Yurtdışında yapılan araştırmalar ise yaklaşık her dört ebeveynden üçünün çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaştıklarını ortaya koymuştur. (Bartholomew vd., 2012; Livingstone vd., 2018; Kopecky vd., 2020).

Sharenting davranışının yaygınlığının yanı sıra sıklığı da araştırmalara konu olmuştur. Bununla birlikte ebeveynlerin algıladıkları paylaşım sıklığı ile gerçekte meydana gelen paylaşımlar arasında ciddi farklılıklar olması muhtemeldir. Bu nedenle paylaşım sıklığını ortaya koymaya çalışan araştırmaların ebeveynlerin sosyal medya hesaplarının incelenmesine yoğunlaştığını söylemek mümkündür. Polonyalı ebeveynlerin (n=168) çocuklarına dair paylaşım yaptıkları sosyal medya hesaplarının incelenmesi sonucunda ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini sıklıkla paylaştıklarını ortaya çıkmıştır (Brosch, 2016). Az sayıda bulgu paylaşım sıklığının ebeveynin yaşına göre değişiklik gösterdiğini ortaya koymuştur. Yaşları daha büyük ebeveyn grubunun genç ebeveynlere göre daha az sıklıkta paylaşım yaptıkları söylenmektedir (Moser vd., 2017). Genel sosyal medya kullanımı ile ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşma sıklığı arasında güçlü bir ilişki vardır. Örneğin instagramda sık paylaşım yapan ebeveynler benzer şekilde çocuklarıyla ilgili de sık paylaşım yapmaktadırlar (Ranzini vd., 2020).

Ebeveynlerin çocuklarına dair paylaşımlarının içeriği incelendiğinde paylaşılan içeriklerin büyük oranda (%95,6) günlük yaşam, geziler ve özel etkinlikler tarafından

motive edildiği görülmektedir. Günlük yaşam, oyuncakla oynamak ve uyumak gibi çocukların günlük rutinlerini içerir. Geziler, dışarıda veya tatil-seyahat sırasında çekilmiş fotoğrafları temsil eder. Özel etkinlikler ise doğum günü kutlamaları, anaokulunda ilk gün gibi özel günleri içermektedir (Brosh, 2016). Benzer şekilde ebeveynlere paylaşım içerikleri sorulduğunda günlük yaşam rutinlerini daha fazla paylaştıklarını söylemeler de sosyal medya profilleri incelendiğinde kutlamaların öne çıktığı görülmektedir (Maraşlı vd., 2016). Doğum günü, dış partisi ve mezuniyet günü gibi kutlamalar ebeveynlerin paylaşımlarının önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Udenze ve Bode, 2020; Aslan ve Durmuş, 2020). Dahası ebeveynlerin çocuklarının komik veya sevimli buldukları fotoğraflarını daha fazla paylaşma eğiliminde oldukları da söylenebilir (Kopecky vd., 2020; Aslan ve Durmuş, 2020).

Araştırma sonuçlarına göre paylaşımlar daha çok Watsapp, Instagram ve Facebook'ta gerçekleşmektedir. Örneğin ebeveynlerin Facebook'u gizlilik konusunda endişe verici bulmalarına (Chalklen ve Anderson, 2017) rağmen 51 ülkeden 1300 ebeveyninden alınan verileri inceleyen bir araştırmaya göre Facebook ebeveynlerin paylaşımlarında en çok kullandıkları sosyal medya platformudur (Manotipya ve Ghazinour, 2020). Buna karşılık paylaşımlarda daha çok Watsapp kullanıldığını ortaya koyan birçok araştırma da mevcuttur (Aslan ve Durmuş, 2020; Hinojo-Lucena vd., 2020; Kopecky vd., 2020). Watsapp durum özelliğinin gelmesiyle birlikte anlık mesajlaşma aracından bir sosyal medya platformuna dönüşmüştür.

Ranzini ve arkadaşları (2020) durumsal mahremiyeti genel çevrimiçi mahremiyetten ayırmayı önermişlerdir. Durumsal mahremiyet spesifik olarak bir sosyal medya platformunun özelliklerine göre şekillenir. Örneğin; ebeveynler genel olarak çevrimiçi mahremiyet konusunda yüksek endişeye sahipken instagram ve watsapp/durum özelinde çevrimiçi mahremiyetlerinin korunduğunu düşünebilirler. Bu nedenle her ne kadar tüm sosyal ağlar kullanıcılarına sundukları hizmetler bağlamında gittikçe birbirlerine benzemeye başlasa da ebeveynlerin çocuklarına dair paylaşımlarını hangi sosyal medya platformunda yaptıkları önemlidir.

Ebeveynlerin paylaşımlarını gerçekleştirmeden önce çocuklarının görüşlerine başvurmaları onların izinlerini almaları önerilmektedir. Buna karşılık 0-5 yaş arası çocuğa sahip ebeveynlerin tüm ebeveynler arasında en fazla paylaşım yapan ebeveyn grubunu olduğu düşünüldüğünde (Manotipya ve Ghazinour, 2020) izin almanın işlevi

tartışmalıdır. Esasen ebeveynlerin çocuklarını görüntülerini paylaşırken izin alma eğiliminde olmadıkları söylenmektedir (Günel, 2018). Benzer şekilde çocukların ve ebeveynlerin izin alma konusunda anlaşmazlık yaşadıkları ve ebeveynlerin algıladıklarından daha az izin istedikleri bilinmektedir (Barnes ve Potter, 2021). Örneğin; ergenler üzerinde yapılan bir araştırmada ebeveynlerin izin isteyip istemediğine ilişkin ebeveynler ile ergenlerin görüşleri arasında önemli tutarsızlıklar görülmüştür (Lipu ve Siibak, 2019).

Son yıllarda ebeveynlerin sharenting davranışlarına karşılık erinlik ve ergenlik dönemindeki çocukların görüşleri araştırmalara konu olmuştur. Çocukların ebeveynlerinin kendileri hakkındaki paylaşımlara ilişkin görüşleri üzerinde fotoğraflarda yansıtılan imaj, olumlu içerik ve mahremiyet sınırı etkilidir. Spor aktiviteleri, hobiler, olumlu ebeveyn-çocuk ilişkisi ve mutlu bir aile tablosu çizen görüntüler çocuklar tarafından uygun görülürken kendileri hakkında çok fazla bilgi içeren paylaşımlardan hoşnut değillerdir (Moser vd., 2017). Ergenlerin paylaşımlara ilişkin görüşleri algıladıkları paylaşım gerekçesine göre değişse de genel olarak olumsuz baktıkları söylenmektedir. Ergenler, görüntülerinin ebeveynlerin izlenim yönetimleri için kullandıklarını algıladıklarında paylaşımlara ilişkin görüşleri daha fazla olumsuz olmaktadır (Verswijvel ve vd., 2019). Dahası ergenlerin sosyal medyada kendileri için oluşturmaya çalıştıkları imaj ile ebeveynlerinin paylaşımları arasında tutarsızlık olduğunda öfke duydukları belirtilmektedir. Ayrıca gelişim döneminden de anlaşılacağı üzere ergenlerin kendi paylaşımlarında fiziki görünümeleri öncelikli hassasiyetleri arasındayken ebeveynlerin çocuklarına ilişkin paylaşımlarında bu hassasiyet ön sıralarda değildir. Dolayısıyla paylaşımlar ebeveyn-çocuk ilişkisi bağlamında çatışmalar yaratabilir (Ouvrein ve Verswijvel, 2019).

Sharenting ebeveynler arasındaki yaygınlığı ve sıklığı göz önüne alındığında günümüz ebeveyn pratikleri içerisinde önemli bir yere sahiptir. Ebeveynlerin paylaşım motivasyonları çocuklarının görüntülerini paylaşmalarının anlaşılabilmesi için incelemeye değerdir. Benzer şekilde birçok araştırmada rapor edilen sharentingin olası riskleri güncel bir ebeveyn pratiği olan sharenting üzerinde daha fazla çalışmayı gerektirmektedir.

2.4.1. Sharenting Motivasyonları

Ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşma motivasyonlarını açıklamak sharenting davranışını anlamak için önemlidir. Sosyal medya platformları ebeveynlerin çocuk bakımı ve gelişimi hakkındaki bilgilere erişmenin önemli bir aracı haline gelmiştir. Ebeveynler bu bilgilere erişmek için çoğu zaman çocuklarının bilgi ve görüntülerini paylaştıklarını kabul etmişlerdir (Chalklen ve Anderson, 2017). Steinberg'e (2017) göre ebeveynlik deneyim ve tavsiyelerinin paylaşılması sharenting faydaları arasındadır. Aslında ebeveynlerin sharenting aracılığıyla ebeveynlik deneyimlerini paylaşmaları ve diğer ebeveynlerden destek ve tavsiyeler almaları sürpriz değildir. Ebeveynler çoğu zaman çocuklarına ilişkin paylaşım yaparak çocuklarına ne kadar iyi baktıklarını yani ne kadar iyi ebeveyn olduklarını kanıtlama eğilimindedirler (Latipah, vd. 2020; Damkjaer, 2018; Lazard vd., 2019; Fox ve Hoy, 2018). Nitekim instagramda 4000 fotoğrafın içerik analiziyle incelendiği bir araştırma ebeveynlerin iyi bir ebeveyn olarak görülme arzusu için çocuklarının görüntülerini araç olarak kullandıklarını ortaya koymuştur (Le Moignan vd., 2017). Benzer şekilde anneliğe geçiş (Fox ve Hoy, 2018) ve özel gereksinimli çocuğa sahip olmak (Goggin ve Ellis, 2020) gibi çeşitli ebeveynlik zorluklarına karşı sharenting baş etme stratejisi olarak kullanılmaktadır.

Sharenting davranışının arkasındaki bir diğer motivasyon kaynağı ebeveynlerin paylaşımlarla sosyal desteği canlı tutmak istemeleridir. Ebeveynler çocuklarının görüntülerini paylaşarak aile ve arkadaşlarıyla bağlantıda kalırlar (Livingstone vd., 2018). Özellikle annelerin sosyal gruplara dahil olma istekleri çocuklarının görüntülerini paylaşmalarına yol açmaktadır (Wagner, 2018). Ebeveynler sharentingi sosyal onay ve kabul almanın etkili bir yolu olarak görmektedirler (Damkjaer, 2018). Çevrimiçi sosyal destek almak, fiziksel ortamlara kıyasla mesafe ve konum fark etmeksizin elde edilmesi bakımından önemlidir. Ebeveynler ihtiyaç duydukları yakınlığı bu sayede giderebilme amacını taşımaktadırlar (Archer ve Kao, 2018). Özellikle ebeveynliğin ilk zamanları aile içerisinde önemli sosyal değişiklikler meydana getirebilir. Ebeveynlerin eski günlerine kıyasla daha izole bir hayat yaşamaları muhtemeldir. Bu noktada sosyal medya ebeveynlere ihtiyaç duydukları sosyal desteği sağlama aracına dönüşür. Ebeveynler yeni doğan çocuklarının görüntülerini paylaşarak fiziksel olarak olmasa da aile ve arkadaşlarıyla iletişimlerini sürdürürler (Archer ve Kao, 2018; Brosh, 2016).

Ebeveynlerin paylaşımlarındaki sosyal etki göz ardı edilmemelidir. Sosyal etki, diğer insanların söyledikleri, eylemleri ya da yalnızca varlıklarıyla duygu, düşünce ve davranışlarımız üzerinde yarattığı etki olarak tanımlanır (Aronson vd., 2012). İngiltere’de 13 yaşından küçük çocuğu olan ebeveynlerle yapılan bir araştırmada ebeveynlerin paylaşımlarının akranları tarafından desteklenmesi ve teşvik edilmesinin önemini ortaya koymuştur. Dahası çevrimiçi gizlilik endişeleri ve yeterlilikleri ebeveynlerin sharenting davranışları üzerinde bir etkiye sahip olmazken akran etkisi sharentingi önemli ölçüde açıklamıştır (Ranzini vd., 2020). Benzer şekilde ebeveynlerin akranları tarafından çocuklarının görüntülerini paylaşma baskısı altında oldukları bilinmektedir (Manotipya, Ghazinour, 2020; Archer ve Kao, 2018). Ebeveynlerin, sosyal medyada yakın çevrelerindeki insanların çocuklarının görüntülerine maruz kalmaları sharentingi normalleştirerek daha fazla paylaşım yapmayı motive edebilir. Son yıllarda blogger ve influencer olarak tanımlanan sosyal medyada çocuklarıyla ilgili içerik üreterek etki yaratan ebeveynlerin varlığı bilinmektedir. Bu ebeveynler sürekli paylaşımları ile sıradan ebeveynlerin sharenting davranışlarını etkileme potansiyeline sahiptir (Leaver, 2018; Archer, 2019).

Son olarak etkileşim, sosyal medyadaki anlamıyla daha fazla beğeni, yorum ve takipçi elde etmek, ebeveynlerin sharenting davranışlarını motive etmektedir. Kumar ve Schoenebeck’ e (2015) göre ebeveynler çocuklarını paylaştıklarında normalden daha fazla beğeni almaktadırlar. Bebek ve çocuk fotoğraflarının daha fazla ilgi görmesi ebeveynlerin sharenting davranışlarını motive edebilir (Bartholomew vd., 2012). Cino ve arkadaşlarına (2020) göre ebeveyn tarafından paylaşılan çocuk görüntülerinin aldığı beğenin (Like) iki işlevi vardır. Bunlar; devam eden bir eylemi olumlu pekiştirme ve aksi takdirde alınamayacak olan daha fazla beğeni almak için çocuğun kullanımıdır. Ebeveynler çocuklarının görüntüleri ilgi gördükçe daha fazla paylaşım yapma döngüsü içerisinde kendilerini bulurlar.

Özetle, ebeveynlik rol ve deneyimlerinin karşılıklı paylaşımı, sosyal desteğin canlı tutulması, sosyal etki ve sosyal medyada etkileşim alınması ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşma motivasyonlarının temelini oluşturmaktadır.

2.4.2. Sharenting Riskleri

Sharenting davranışını motive eden bir dizi unsur sıralansa da çocukların görüntülerini sosyal medyada kamuya açık paylaşmak çeşitli riskler barındırmaktadır.

Ebeveynlerin sharenting davranışının olası risklerine ilişkin farkındalıkları paylaşımlarını etkileyebilir. Buna karşılık Kopecky ve arkadaşlarına (2020) göre ebeveynlerin %72,5'i çocukların görüntülerini paylaşmanın risk oluşturmadığını ifade etmişlerdir. Genç ebeveynler yaşları nispeten daha büyük ebeveynlere göre sharenting davranışını daha az riskli görme eğilimindedir. Buna karşılık ebeveynlerin ön görülen risk algılarıyla bu riskleri azaltmaya yönelik davranışları arasında şaşırtıcı bir ilişki vardır. Örneğin; Facebook'ta çocuklarının görüntülerini paylaşmayı az riskli gören ebeveynler, paylaşımları riskli gören ebeveynlere göre daha fazla gizlilik ayarlarını kullanmışlardır. Buna göre ebeveynlerin çevrimiçi risklerini yönetme uygulamalarının çocuklarının olası risklerden koruduklarına inandıkları söylenebilir (Barnes ve Potter, 2021).

Ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşırken zaman zaman mahremiyet ihlali yaptıkları bilinmektedir. Michigan Üniversitesinde, 0-4 yaş arası çocukların 569 ebeveyni üzerinde yapılan araştırmanın sonuçlarına göre annelerin %56'sı babaların ise %34'ü çocuklarının gelecekte utanç verici olarak kabul edebilecekleri fotoğraflarını paylaşmışlardır (Davis, 2015). Sosyal medya hesabı incelenen 113 Polonyalı ebeveynin %77,9'unun çocuklarının utanç duyabilecekleri fotoğrafları paylaştıkları görülmüştür (Brosh, 2016). Benzer şekilde ebeveynlerin paylaştıkları fotoğraflarının içerik analizine tabi tutulduğu bir başka araştırmaya göre ise yarı giyinik veya giyinik olmayan olarak değerlendirilebilecek olan fotoğrafların oranı %14'tür (Udenze ve Bode, 2020). Çocukların mahremiyetleri yalnızca utanç verici ve giyinik olmayan fotoğraflarının paylaşımı ile ihlal edilmez. Örneğin; çocukların kimlik bilgilerinin paylaşımı da mahremiyet ihlalidir. Nitekim ebeveynlerin %83,9'nun çocuğun doğum tarihi bilgilerini paylaştıkları az sayıda bulguyla sabittir (Brosh, 2016). Bu ve benzeri kişisel bilgileri (konum bilgileri, okul bilgileri, kimlik numarası vb.) çocuk görüntüleriyle birlikte paylaşmanın çocuğun mahremiyetine ve kişisel kimliğine uzun süreli etkilerde bulunabilir (Donovan, 2020; Fox ve Hoy, 2019). Ebeveynlerin çocuklarının mahremiyetini paylaşımlarla ihlal etmelerinden ilgili ihlalin farkında olabilecek yaştaki çocukların özellikle ergenlerin rahatsız olduklarını söylemek mümkündür. Örneğin İngiltere'de 12-16 yaşları arasında 1000 ergenle yapılan bir araştırmaya göre ergenlerin büyük bölümünün (%71,3) ebeveynlerinin mahremiyetlerine saygı duymadıklarını düşündükleri ortaya çıkmıştır. Dahası ergenlerin %39,8'i ebeveynlerinin utanç verici fotoğraflarını paylaştıklarını görmüşlerdir (Levy, 2017).

Sharenting davranışının çocuğun üzerindeki uzun vadeli etkilerini ölçmek çok zordur. Karşılaşılabilecek güvenlik sorunları hemen ortaya çıkmasa da gelecekte ortaya çıkmasına neden olabilecek önemli miktarda bilgi çevrimiçi olarak paylaşılmış olur (Donovan, 2020). Bu güvenlik sorunlardan birisi sharenting ile çocuklarla ilgili çok fazla veriyi paylaşmaktır. Bu veriler yapay zekâ uygulamalarıyla işlenip gelecekte çocuğun karşısına istemediği bir zamanda çıkabilir (Siibak ve Traks, 2019; Haley, 2020). Karşılaşılması muhtemel diğer bir güvenlik sorunu ise fotoğrafların ve bilgilerin kötü niyetli insanların eline geçmesidir. Paylaşılan görüntüler çocukları pedofili riskiyle karşı karşıya bırakabilir. Dahası sosyal medyada başkasına ait olan bir fotoğrafı kendisine aitmiş gibi kullanma olarak tanımlanan dijital adam kaçırma riski de önemli bir güvenlik sorunudur. Çocuğun görüntüleriyle birlikte paylaşılan kişisel bilgiler ise dolandırıcıların eline hızlıca geçebilir. Verinin yeni petrol olarak tanımlandığı bu yüzyılda kamuyla paylaşılan her içerik üzerinde ebeveynlerin dikkatle düşünmeleri gerekmektedir (Blum-Ross ve Livingstone, 2017; Brosh, 2018; Manotipya ve Ghazinour, 2020; Siibak ve Traks, 2019).

Son olarak sharentingin ortaya çıkarabileceği risklerden biri de çocuğun kişilik haklarının hukuk zemininde ihlalidir. Sharenting, çocuk hakları ile ebeveynin çocuğunu yetiştirme hakkı arasında bir ikilem yaratır. Bugüne kadar ki hükümler ebeveynin çocuğunun yüksek yararına hareket edeceği varsayımına dayanarak çocuğun çevrimiçi mahremiyetinin yönetimini ebeveynine bırakmıştır. Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesini desteklemek amacıyla Avrupa Birliğinde kabul edilen Genel Veri Koruma Kanunu (General Data Protection Regulation) bu tartışmaların gündeminde yer almıştır. Uzmanlar GDPR'nin reşit olmayan savunmasız çocukların çevrimiçi mahremiyetini korumakta eksik kaldığını ifade etmektedirler (Haley, 2020; Donovan, 2020). Söz konusu sharenting olduğunda ebeveynler çocuklarının görüntülerini rahatlıkla paylaştıkları görülmektedir. Ebeveynler, paylaşılan içeriğin zararsız olduğunu varsaydıklarında çocuk haklarını ihlal ettiklerini muhtemelen düşünmezler. Bu nedenle sharenting hukuk zemininde konuşulduğunda çocuklar için olası gelişimsel sonuçları da göz önüne alınmalıdır (Bunn, 2021). Unutulma hakkının son yıllarda bu ikilem arasındaki anlaşmazlığı çözmek için önemli bir rol oynayacağı düşünülmektedir. Unutulma hakkıyla birlikte çocuk uygun görmediği görüntüleri çevrimiçi dünyadan kaldırılmasını talep edebilir (Haley, 2020; Akgül, 2016). Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası sözleşmelerde çocuğun kişilik hakları korunsun da ülkemizde doğrudan

çocukların çevrimiçi kişilik haklarını koruyan yasal bir düzenleme yoktur (Çimke vd., 2018).

Özetle, ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaşmalarının olası riskleri; çocukların mahremiyetinin ihlal edilmesi, çocukların çevrimiçi ve fiziksel güvenliklerinin tehlikeye atılması ve çocuk haklarının ihlalidir.

2.5. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde yurtdışı ve yurtiçindeki sharenting ile ilgili yapılan araştırmalar paylaşılmıştır.

2.5.1. Sharenting ile ilgili Yurtdışında Yapılan Araştırmalar

Manotipya ve Ghazinour (2020) ebeveynlerin çocuklarının çevrimiçi mahremiyetlerine bakış açısını anlamak için 51 ülkeden 1300 ebeveynle anket çalışması yürütmüşlerdir. Sonuçlar ebeveynlerin paylaşımlarında en çok Facebook'un kullanıldığını göstermektedir. Ebeveynler çocuklarının çevrimiçi mahremiyetleriyle ilgili yüksek endişe duyduklarını gösterse de farkındalık ve bilgileri düşüktür. Tüm yaş gruplarında çocuğu olan ebeveynlerin paylaştığı ilk 10 bilgi ise şunlardır: 1. Cinsiyet; 2. İsim; 3. Doğum tarihi / yaş; 4. Kendilerine ait fotoğraflar / videolar; 5. E-posta adresi; 6. Aile üyelerinin fotoğrafları / videoları; 7. Okul adı; 8. Favori tür / spor / aktiviteler; 9. Aile durumu ve 10. Posta adresi / yeri / posta kodu. Ebeveynlerin çocuklarının yaş gruplarına göre davranışları incelendiğinde; 0-5 yaş arası çocuğu olan ebeveyn grubunun, çocuklarının bilgi ve görüntülerini sosyal medyada paylaşan en büyük grubu (%73) oluşturduğu görülmüştür. 14-17 arası çocuğu olan ebeveynler ise diğer gruplara göre çocuklarının görüntülerini en az paylaşan ebeveynler olmuşlardır.

Çocukları 0-13 yaş arasında olan Avustralyalı ebeveynler (N = 613) ile yürütülen bir araştırmaya göre ankete katılanların %79'u çocuklarının görüntülerini Facebook'ta ve %62'si Instagram'da paylaşmaktadır. Ankete katılanların çoğunluğu sharentingi riskli olarak görmüşlerdir. Bununla birlikte genç ebeveynlerin sharenting davranışını daha az riskli görme eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır. Çocuklarının görüntülerini riskli gören ebeveynlerin %70'i gönderilerinde gizlilik ayarlarını kullandı fakat şaşırtıcı bir şekilde paylaşımları riskli görmeyen ebeveynlerin ise %82'sinin

gizlilik ayarlarını kullandığı gözlenmiştir. Bu durum ebeveynlerin aldıkları önemlerle riskleri düşürdüklerine inandıklarını göstermektedir (Barnes ve Potter, 2020).

Annelerle derinlemesine görüşmeler yapan Fox ve Hoy (2019), iyi bir anne olma ve bunu sergileme arzusunun annelerin sharenting davranışlarını motive eden ana etken olduğunu öne sürmüşlerdir. Buna göre ebeveynlerinin çocuklarının görüntülerini paylaşımları doğum sonrası çeşitli zorluklarla ve iyi ebeveyn olma telaşıyla meydana gelen strese karşı bir baş etme stratejisi olarak kullanılır. Çocuğun özel günleri örneğin; ilk dış, doğum günü partisi, okul öncesinde ilk günü vb. paylaşımları motive etmiştir. Bu sayede ebeveynler kendi çocuklarını diğer çocuklarla kıyaslayarak ne kadar iyi bir ebeveyn olduğunu vurgulamaya çalışırlar. Bunun yanında iyi bir anne olduğunun görüntüsünü vermek bazı mahremiyet endişeleri yaratsa da bu endişeler ebeveynlerin paylaşımlarını yönlendirmedi yetersiz kalmıştır.

Holiday ve arkadaşları (2020) ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili gönderilerini incelemişler ve paylaşılan fotoğraflarda ebeveynin kendi benlik sunumunu gerçekleştirdiğini öne sürmüşlerdir. Bu bağlamda 3 farklı sunum tipi tanımlamışlardır. Bunlar; gösteriş, tanıtım ve samimiyettir. Gösteriş kategorisindeki gönderilerde çocuklar ebeveynlerinin kendi sunumlarında sadece araç olarak yer almışlardır. Bu kategoride ebeveyn aslında kendini göstermek istemiştir. Tanıtım kategorisindeki gönderilerde ise ebeveynler kendi yetenek ve yeterliliklerini sunma ihtiyacı duymuşlardır. Son olarak samimiyet kategorisinde ise ebeveynler anlık çektikleri fotoğrafları hiçbir idealleri olmadan paylaşmışlardır.

Çek ve İspanyol ebeveynlerin sharenting deneyimlerini inceleyen Kopecky ve arkadaşları (2020) 1460 ebeveyne ulaşmışlardır. Ankete katılan ebeveynlerin yaklaşık %79'u çocuklarının görüntülerini sosyal medya hesaplarında paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Bu ebeveynlerin %6,18'i çocuklarıyla ilgili gönderilerini herkese açık şekilde paylaşmışlardır. Bu paylaşımlara ek olarak ebeveynler çeşitli dijital yollarla (watsapp, instagram, e posta vb.) çocuklarının fotoğraflarını başkalarına gönderdikleri tespit edilmiştir. Ebeveynlerin büyük çoğunluğu (%81,7) çocuğunun yüzünü açık bir şekilde paylaşarak başkaları tarafından tanınmalarına yol açmışlardır. Ebeveynlerin %72,5'i sharenting davranışının risk oluşturmadığını düşünmüşlerdir. Buna karşılık Çek ebeveynlerin %3,5'i yeni doğan veya bebeklik dönemindeki çocuklarının çıplak fotoğraflarını paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Paylaşım içerikleri incelendiğinde ise

kutlamalar, aile anıları (tatil, seyahat vb.), çocuğun hayatındaki önemli anlar (mezuniyet, okula başlanan ilk gün vb.) ve çocuğun komik-sevimli bulunan fotoğrafların öne çıktığı görülmüştür.

Latipah ve arkadaşları (2020) ise derinlemesine görüşmelerle ebeveynlerin sharenting motivasyonlarını incelemiştir. Sonuçlar ebeveynlerin dört temel motivasyonları olduğunu göstermiştir. Bunlar; onay ve sosyal destek almak, ebeveynlik yeteneklerini sergilemek, sosyal katılım ve arşivlemedir. Onay ve sosyal destek motivasyonu ile paylaşımlar yapan ebeveynler, aile ve arkadaşlarıyla ilişkilerini sürdürmek ve ebeveynliğin zor zamanlarında sharentingi baş etme stratejisi olarak kullanmak amaçlarını taşırlar. Ebeveynlik yeteneklerini sergileme isteği ise çocuklarına nasıl baktığını ve ne kadar iyi ebeveyn olduğunu gösterme isteğini barındırır. Sosyal katılım ebeveynlerin belli bir gruba dahil olmak için çocuk fotoğraflarını kullanmalarını ifade eder. Arşivleme boyutu ise çocuklar geçirilen mutlu anları kaydetmek için eskiden olduğu gibi fotoğraf albümlerinde saklamaktansa şimdilerde sosyal medyayı kullandıklarını içerir.

Çocuklarının görüntülerini paylaşan 246 ebeveynle yürütülen deneysel bir çalışmada bir grup ebeveyn sharenting risklerini anlatan bir video izletilmiş bir başka grup ebeveyn ise hem video izletilmiş hem de videonun kısa bir özetinin yazılması istenmiştir. Kontrol grubundaki ebeveynlere ise herhangi bir müdahalede bulunulmamıştır. Sonuçlar deney gruplarında yer alan ebeveynlerin sharenting davranışına ilişkin tutumlarının anlamlı bir şekilde değiştiğini ve daha az paylaşım yaptıklarını ortaya koymuştur. Deney grupları arasında ise sharentingin risklerinin anlatıldığı videonun yazılı özetinin istendiği grubun yalnızca videoyu izleyen deney grubuna göre sharentinge ilişkin tutumlarında daha fazla değişim meydana gelmiştir (Williams-Ceci vd., 2021).

Verswijvel ve arkadaşları (2019), 817 ergenle yaptığı araştırmasında ergenlerin ebeveynleri tarafından fotoğraflarının paylaşılmasına ilişkin tutumları ve algıladıkları ebeveyn gerekçelerini incelemiştir. Ergenlerin algıladıkları sharenting gerekçeleri ebeveyn tavsiyesi motifleri, sosyal motifler, izlenim yönetimi motifleri ve arşivleme motifleri olarak ortaya çıkmıştır. Ergenler genel olarak sharentinge karşılar fakat paylaşımların gerekçesini ebeveynlerin kendi izlenim yönetimi olarak algıladıklarında daha fazla öfkelenedikleri ortaya çıkmıştır.

Yurt dışında yapılan araştırmaların sharenting davranışının ebeveynler arasındaki yaygınlığı, paylaşımların içeriği, sıklığı ve motivasyonuna odaklanmıştır. Bunun yanında az sayıda araştırmada paylaşımlara karşı çocukların tutumları da ele alınmıştır. Sonuçlardan anlaşılabileceği üzere sharenting, yaygınlığı itibariyle günümüzde önemli bir ebeveyn pratiği haline gelmiştir. Ebeveynlerin gündelik hayatta çeşitli motivasyonlar ile çocuklarının görüntülerini sosyal medyada kamuya açık bir şekilde paylaştıkları ve çoğu zaman çocuklarının mahremiyetlerini ihlal etme riskiyle karşı karşıya kaldıkları ortaya çıkmıştır.

2.5.2. Sharenting ile İlgili Yurtiçinde Yapılan Araştırmalar

Aslan ve Durmuş (2020), sharentinge karşı savunmasız olduğu düşünülen okul öncesi eğitime devam eden çocukların anneleriyle anket yoluyla çalışmışlardır. Ankete katılan annelerin %83,7'si çocuklarının görüntülerini sosyal medya hesaplarında paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Annelerin sharenting davranışını onaylayıp onaylamadıkları incelendiğinde ankete katılanların %48,1'i paylaşım yapmayı doğru bulduklarını fakat %36,7'si paylaşım yapmayı onaylamadıkları halde çocuklarının görüntülerini paylaştıklarını belirtmişlerdir. Bu durum annelerin paylaşım yapp yapmama ikileminde kaldıklarını göstermektedir. Anneler sharenting davranışları için daha çok whatsapp/durum (%52,9) uygulamasını tercih etmişlerdir. Annelerin %44,9'u çocukları henüz 3 yaşına gelmeden paylaşım yaptıklarını belirtmişlerdir. Şaşırtıcı bir şekilde bulgular, çocukların görüntülerinin sadece anneler tarafından değil yakın aile üyeleri (%41,9) tarafından da paylaşıldığını göstermektedir. Bu durumun çocukların maruz kalabilecekleri riskleri arttırdığını söylemek mümkündür. Özel günlerdeki kutlamalar (47,4) paylaşımların temelini oluşturmuştur. Annelerin paylaşım gerekçeleri incelendiğinde ise gönderinin hatıra olarak kalması yani arşivleme (%45,8) öne çıkmıştır.

Türkiye'de yapılan bir başka araştırmada ise ebeveynlerin %68'inin çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaştıkları görülmüştür. Bu ebeveynlerin %36,94'ü çocukları henüz 3 yaşına gelmeden görüntülerini sosyal medyada kamuya açık olarak paylaşmışlardır (Altun, 2019).

Instagram'ın arama çubuğuna anne, baba, çocuk, ebeveyn ve oyun kelimeleri yazılarak arama yapılmış ve arama sonucunda karşılaşılan en yüksek takipçi sayısına sahip 25 ebeveyn hesabının paylaşımları incelenmiştir. Bu 25 hesapta toplam paylaşılan

fotoğrafların yarısına yakını (%41,8) çocukların yer aldığı paylaşımlardır. Dahası bu oran bazı ebeveynlerin paylaşımlarında %87,5'i bulmuştur. Tüm paylaşımlar içerisinde reklam içerikli (%23,4) olanlar öne çıkmıştır. Paylaşımların %5'i ise çocukların utanabilecekleri türden paylaşımlar olmuştur (Erişir ve Erişir, 2018).

Günel ve Günel (2018), 5. ve 8. sınıflara devam 200 öğrenciyle anket çalışması yürütmüşlerdir. Buna göre 5.sınıf öğrencilerinin %51'i, 8.sınıf öğrencilerinin ise %94'ünün bir sosyal medya hesabı vardır. Ayrıca 5.sınıf öğrencileri %93'ü annelerinin, %89'u babalarının, 8.sınıf öğrencileri ise %89'u annelerinin, %87'si de babalarının sosyal medya hesabı olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde ailesi tarafından fotoğraflarının paylaşıldığını ifade eden 5.sınıf öğrencilerinin oranı %85, 8.sınıf öğrencilerinin oranı ise %81'dir. Ebeveynlerin paylaşım yaparken çocuklarından izin alıp almadıklarına dair soruya ise 5.sınıf öğrencilerinin %19'u, 8.sınıf öğrencilerinin ise %47'si hayır cevabı vermişlerdir.

Maraşlı ve arkadaşları (2016), 291 ebeveyn ile Facebook üzerinden bağlantı kurarak çevrimiçi anket yoluyla veri toplamışlardır. Bu ebeveynlerin yalnızca 12'si Facebook'ta çocuklarıyla ilgili bilgi ve görüntü paylaşmadıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcıların %63,77'si çocuklarıyla ilgili keyifli şeyler paylaşmayı sevdiklerini, %37,2'si de çocuklarının görüntülerini paylaştıklarında mutlu olduklarını söylemişlerdir. Ebeveynlerin 94'ü Facebook profillerinin üç ay boyunca sharenting açısından incelenmesine izin vermişlerdir. Profiller incelendiğinde ebeveynlerin paylaşımlarının; özel günler, kutlamalar, birlikte yapılan sosyal aktiviteler ve eğitim yaşantıları içerdikleri gözlenmiştir.

Ebeveynlerin sharenting davranışını etkileyen faktörlerin incelendiği bir araştırmada katılımcıların %72'sinin çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaştıkları tespit edilmiştir. Paylaşımlar çoğunlukla (%66) instagramda gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar çoğunlukla sosyal çevreleriyle iletişim halinde kalmak ve özel günlerin (ilk kelimeler, doğum günü vb.) kalıcılığını sağlamak için paylaşım yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra ebeveynler çocuklarını paylaştıklarında mutlu olduklarını da belirtmişlerdir. Paylaşılan fotoğraflarda çocuğun sevimli-komik ve güzel giyinmesine de dikkat edilmiştir. Katılımcılardan bazıları çocuklarının mahremiyetine önem verdiklerini ifade ederek çocuğun yüzünü göstermemek veya hesabı gizli tutmak gibi bir dizi strateji uygulamışlardır. Ayrıca sonuçlar katılımcıların

önemli bir çoğunluğunun çocuklarına dair paylaştıkları görüntülerin hukuki karşılığı hakkında bilgi sahibi olmadıklarını ortaya koymuştur (Turgut vd., 2020).

Tanınmış, ünlü bir ebeveynin instagram hesabı sharenting olgu incelemesi kapsamında ele alınmış ve dokümantasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar ilgili hesaptaki tüm gönderilerin %83'ünün ebeveynin çocuğuyla ilgili olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte çocukla ilgili yapılan paylaşımlarda dört ana tema ortaya çıkmıştır. Bunlar; özel/gizli bilgiler, özel kıyafetler, duygusal anlar ve ticari amaçlardır. Buna göre ilgili gönderilerde çocuğun boyu, kilosu, doktoru ve okulu gibi gizli kalması gereken bilgiler; iç çamaşırı ve bornoz gibi özel kıyafetler, çocuğun öfkelenildiği, ağladığı veya sevindiği görüntüler sıklıkla paylaşılmıştır. Dahası çocuğun yer aldığı bazı görüntülerde kazanç elde etme amacının güdüldüğü tespit edilmiştir (Baştemur vd., 2021).

Türkiye’de sharenting ile ilgili araştırmaların son yıllarda yapıldığı ve sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Sonuçlar incelendiğinde Türkiye’deki ebeveynler arasında çocuklarının görüntülerini sosyal medya paylaşmanın yaygın bir uygulama olduğu görülmektedir. Ebeveynlerin genellikle özel günler, önemli anlar ve kutlamalarla ilgili fotoğrafları paylaşma eğiliminde oldukları görülmektedir. Türkiye’deki ebeveynlerin paylaşım motivasyonunun sosyal desteği sürdürmek olduğu söylenebilir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

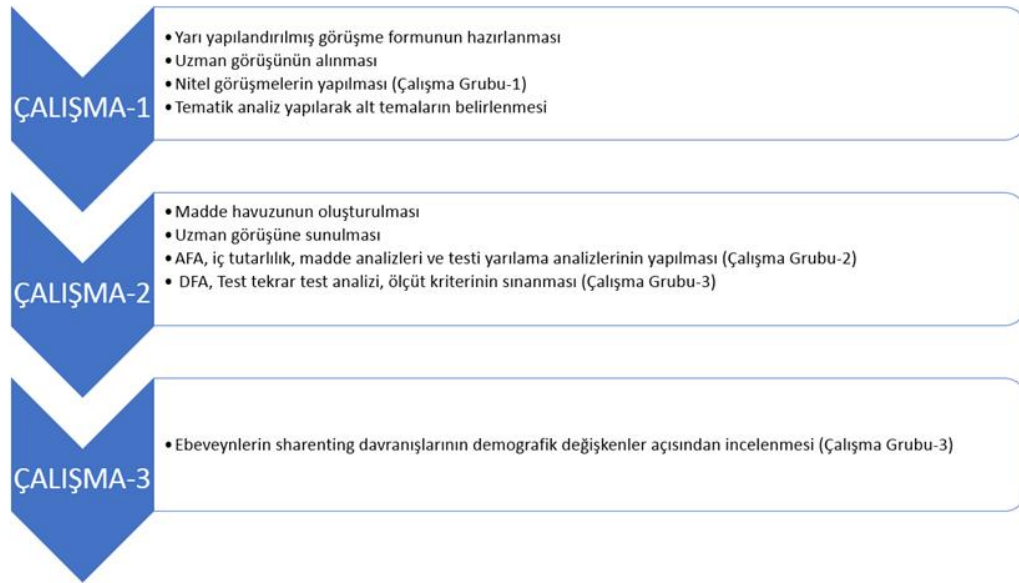
Ebeveynlerin sharenting davranışlarının incelenmesini amaçlayan bu çalışmada karma yöntem kullanılmıştır. Karma yöntemin dayandığı felsefi varsayım pragmatizmdir (Tashakkori ve Teddlie, 2003). John Dewey ve William James gibi düşünürlerin liderliğini yaptığı pragmatizm; ‘işe yarayan şeyin’ kullanılması görüşünden hareketle araştırmanın problemini, araştırma yönteminden ve bu yöntemin temelindeki felsefi dünya görüşünden daha önemli görmektedir (Creswell ve Plano-Clark, 2018: 49).

Karma yöntem ile yapılan araştırmalar nitel ve nicel yaklaşımların planlı bir şekilde birlikte kullanımına imkân sağlar (Creswell, 2019). Araştırmacılar, tek bir veri kaynağının yetersizliği, sonuçların açıklanma ihtiyacı, araştırma bulgularının genelleştirilmesi ihtiyacı, bir çalışmayı ikinci bir yöntemle geliştirme ihtiyacı ve kuramsal bir duruşu en iyi şekilde kullanma ihtiyacından hareketle karma yönteme başvurabilmektedirler (Creswell ve Plano-Clark, 2018: 9). Bu araştırmada araştırma bulgularının genelleştirilmesi ihtiyacından hareketle karma yöntem kullanılmıştır. Araştırma bulgularının genelleştirilmesi ihtiyacı çalışılan konu veya kavramın güncel ve yeni olup henüz kuramsal ve kavramsal çerçevesinin oluşmadığı durumlarda ortaya çıkmaktadır. Benzer şekilde Greene ve arkadaşları (1989) karma yöntem kullanan 57 çalışmayı inceleyerek literatürde karma yöntemin hangi gerekçelerle kullanıldığını araştırmışlardır. Buna göre karma yöntem üçgenleme, tamamlayıcılık, geliştirme, genişletme ve başlangıç gerekçeleriyle kullanılmaktadır. Geliştirme (development) araştırmacının derinlemesine görüşmeler yaptıktan sonra bir ölçme aracı geliştirilmesini ifade eder (Aydın-Çakır ve Türkeş-Kılıç, 2021). Bu durum ebeveynlerin sharenting davranışlarının incelendiği bu araştırmanın karma yöntem kullanım gerekçelerinden biridir.

Karma yöntemde araştırmanın problem durumuna göre kullanılabilecek birçok desen vardır. Bu çalışmada, keşfedici sıralı desen modeli kullanılmıştır. Bu desen önce

nitel verilerin toplandığı ardından nitel verilerin nicel verilerle desteklendiği sıralı bir desendir (Teddle ve Tashakkori, 2015; Özdemir, 2018: 494). Araştırmaya nitel verilerle başlanması nedeniyle çalışmanın ilk aşamasında yapılandırmacı ilkelerden yola çıkılır. Araştırmanın nicel aşamasına geçildiğinde ise istatistiksel eğilimleri ölçme ve tanımlama ihtiyacı nedeniyle post-pozitivizm ilkeleri kullanılır. Dolayısıyla keşfedici desende farklı dünya görüşlerinden faydalanılabilir. Keşfedici sıralı desen modeli ölçüm aracının bulunmaması, henüz araştırılmamış veya yeni araştırılmaya başlanan konularda, biçimlerin bilinmediği ve rehberlik eden kuramın yokluğu durumlarında kullanılması önerilmektedir (Creswell ve Plano-Clark, 2018: 95). Kullanım durumları incelendiğinde keşfedici desenin bu araştırmanın deseni olarak belirlenmesi uygun görülmüştür.

Özetle; araştırmanın modeli karma yöntem keşfedici sıralı desen ile tasarlanarak Şekil-1 oluşturulmuştur. Şekil-1’de görüldüğü üzere bu araştırma Çalışma-1, Çalışma-2 ve Çalışma-3 olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır. Bu çalışmaların araştırma modeli, çalışma grupları, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve verilerinin analizleri Çalışma 1, Çalışma 2 ve Çalışma 3 başlıkları altında ayrı ayrı verilmiştir.



Şekil 1. Araştırma deseni

3.2. Çalışma-1 (Nitel Aşama)

Keşfedici desenin birinci aşamasında nitel yöntem kullanılır. Bu desende araştırmacı nitel verilerin toplanması ve analiz edilmesine öncelik verir. Nitel aşamayla

birlikte keşfedilen sonuçlar ikinci aşamayı yani nicel aşamayı başlatır (Creswell ve Plano-Clark, 2018). Bu bağlamda çalışmanın nitel aşaması için olgubilim deseninden yararlanılmıştır. Olgubilim diğer adıyla fenomenoloji yaklaşımı hem bir felsefi bakış hem de araştırma yaklaşımıdır. Olgubilim deseninde gerçeklik, bireysel deneyimlerin oluşturduğu bir fenomendir (Ersoy, 2019: 82). Bu desende ‘olguya ilişkin algı/deneyimler ve bu deneyimlerin meydana geldiği koşullar nelerdir’ soruları önem kazanır (Creswell, 2020). Bu çalışmada olgu; ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaşımları olarak tanımlanan sharenting’dir. Sharenting boyutlarını belirlemek ve sharenting ölçeğine madde havuzu oluşturmak için bu desenin uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

3.2.1. Çalışma Grubu-1

Çalışma grubu-1 oluşturulmasında amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme (Keser-Özmantar, 2018: 99) kullanılmıştır. Olgubilim araştırmalarında katılımcıların incelenen olguyla ilgili deneyimlerinin olması önemlidir. Bu nedenle olgu bilim araştırmalarında amaçlı örnekleme stratejilerinin kullanılmasında yarar vardır (Creswell, 2020: 157). Çalışmaya dahil edilme kriterlerinden birincisi ise katılımcıların aktif kullandıkları bir sosyal medya hesaplarının bulunması olarak belirlenmiştir. Sharenting sosyal medyada gerçekleştirilen bir ebeveyn pratiğidir. Dolayısıyla ebeveynlerin sharenting davranışını gerçekleştirmeleri veya bu davranışını gözlemlemeleri için birer sosyal medya hesaplarına sahip olmaları gerekmektedir. Çalışmaya dahil edilme kriterlerinden ikincisi katılımcıların 13 yaşından küçük bir çocuklarının bulunma koşuludur. Araştırmalar ebeveynlerin çoğunlukla 13 yaşından küçük çocuklarının görüntülerini paylaşma eğiliminde olduklarını göstermektedir (Ranzini ve vd., 2020; Manotipya ve Ghazinour, 2020). Dahası, annelerin %85’e yakını sharenting davranışını çocukları henüz 6 yaşına gelmeden önce gerçekleştirmektedirler (Aslan ve Durmuş, 2020). Bu nedenle 13 yaşından küçük çocuğa sahip olma kriteri önemlidir. Ebeveynlerin yaşı sosyal medya kullanımlarını etkilemektedir. Örneğin; Türkiye’de orta yaş ve yaşlı bireylerin internet kullanmayı bilme oranı %41’dir. Benzer şekilde hiçbir sosyal medyaya üyeliği bulunmayanların oranı ise %70’tir. Yaklaşık 40 dakika olan günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri ise genel ortalamanın oldukça altında yer almaktadır (Tekerede ve Arpacı, 2016). Amerikalı yetişkinler arasında ise yaşları 50-64 arasında yer alanların sosyal medya kullanım oranı %51 iken

65 ve üstü yaş grubu içerisinde sosyal medya kullanım oranı %35'tir (Perrin, 2015). Bu bilgiler ışığında; araştırmaya dahil edilme kriteri olarak 13 yaşından küçük çocuğa sahip olma koşulu ebeveynlerin yaşını kontrol altında tutmak açısından da önemlidir.

Nitel araştırmalarda çalışma grubunun büyüklüğünü belirlemeye dair bir kural yoktur. Bununla birlikte araştırmacı, verilerin tekrar etmeye başlaması diğer bir deyişle doygunluk seviyesine ulaşmasıyla katılımcı seçimini sonlandırabilir (Keser-Özmantar, 2018: 105). Bu bağlamda katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmelerde tekrar eden örüntülerle ve benzer ifadelerle karşılaşılması nedeniyle 10 katılımcı yeterli bulunmuştur. Çalışma 1 için görüşme yapılan ebeveynlere ait demografik bilgilere Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2
Çalışma Grubu-1 demografik bilgiler

	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Çocuk Sayısı	Çocukların Yaşı	Kullandıkları Sosyal Medya Platformu
K1	Erkek	40	Lise	3	9 6 2	Watsapp Instagram Facebook
K2	Erkek	36	Üniversite	2	9 6	Watsapp Instagram Facebook Twitter
K3	Erkek	38	Lisansüstü	2	9 6	Watsapp
K4	Kadın	31	Üniversite	1	3	Watsapp Instagram Facebook Twitter
K5	Erkek	31	Üniversite	1	2	Watsapp Instagram Facebook
K6	Erkek	33	Ortaokul	3	6 4 1	Watsapp Instagram
K7	Kadın	30	Üniversite	2	6 2	Watsapp Instagram Facebook
K8	Kadın	32	Üniversite	2	6 3	Watsapp Instagram Facebook
K9	Kadın	35	Üniversite	1	7	Watsapp Instagram Facebook
K10	Kadın	32	İlkokul	2	7 2	Watsapp Instagram Facebook

Tablo 2 incelendiğinde çalışma grubu-1’de 4 (%40) erkek, 6 (%60) kadın katılımcı bulunduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşları 31-40 arasında değişmektedir. Eğitim düzeyi açısından incelendiğinde katılımcıların 1’i ilkokul, 1’i ortaokul, 1’i lise, 6’sı üniversite ve 1’i lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşları 1-9 arasında değişen en az 1 çocuk sahibi en fazla 3 çocuk sahibi oldukları görülmektedir. Katılımcıların tamamının whatsapp kullandıkları ve çoğunlukla instagram ve facebook sosyal medya hesaplarına sahip oldukları görülmektedir.

3.2.2. Veri Toplama Aracı

Görüşme, nitel araştırma yöntemlerinde en sık kullanılan veri toplama tekniğidir (Taylor, 2005). Bu yöntem görüşme yapılan kişinin içsel dünyasını derinlemesine anlama imkânı sunar (Patton, 2014). Araştırma yöntemlerinde görüşme yapılandırılmamış, yapılandırılmış ve yarı yapılandırılmış olarak üçe ayrılır. Yarı yapılandırılmış görüşme önceden bir görüşme planı barındırsa da araştırmacıya esneklik sağlar. Bu yönüyle eğitim bilimleri araştırmalarında yarı yapılandırılmış görüşmenin uygun olduğu söylenebilir (Türnüklü, 2000).

Nitel yöntemde görüşme soruları araştırmanın desenine göre hazırlanır. Bu araştırmanın birinci aşamasında kullanılan olgu bilim deseninde, açık uçlu ve yönlendirici olmayan sorular tercih edilir (Çelik vd., 2020). Bu bağlamda sharenting boyutlarını belirlemek amacıyla toplam sekiz sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmış (EK-1) ve açık uçlu sorulara ağırlık verilmiştir. Formun hazırlanmasında Kallio ve arkadaşlarının (2016) yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlama adımları takip edilmiştir. Bunlar;

1. Yarı yapılandırılmış görüşmenin kullanılması için ön koşulların belirlenmesi: Bu aşamada amaç araştırma sorusuna yanıt aranırken yarı yapılandırılmış görüşmenin uygun olup olmadığına karar vermektedir. Araştırmanın nitel aşamasında ele alınan “sharenting boyutları nelerdir?” sorusuna yanıt aranırken yarı yapılandırılmış görüşmenin esnekliği ve derinlemesine analiz imkânı sunması nedeniyle uygun olduğuna karar verilmiştir.
2. Önceki bilgileri alma ve kullanma: Bu aşamada yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlamadan önce literatür taraması yapılması önerilmektedir. Sharenting alan yazınında nitel çalışmalarda kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formları titizlikle incelenmiştir.

3. Yarı yapılandırılmış görüşme ön formunun hazırlanması: Bu aşamada görüşme sorularının hazırlanması önerilmektedir. Bu sorular ana tema etrafında ısınma amaçlı olabileceği gibi doğrudan araştırma konusuna ilişkin derinlemesine çalışmaya imkân sunacak takip eden sorularda olabilir. Bu araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formunda hem ısınma sorularına hem de takip eden sorulara yer verilmiştir. Formdaki ilk iki soru ısınma sorusu olarak belirlenmiş ve ebeveynlerin sosyal medyaya ilişkin görüşleri alınmıştır.
4. Pilot uygulama: Bu aşama hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formunun denenmesi önerilmektedir. Hazırlanan görüşme formu 3 ebeveyn ile pilot uygulamada kullanılarak anlaşılmayan ifade bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Pilot uygulama sonucunda yedinci soruda yer alan “‘instamom, blogger” ifadelerinin tam olarak anlaşılmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle ilgili ifadelerin yanına ‘binlerce takipçi sayısına sahip ebeveynlikle ve çocuklarıyla ilgili paylaşım yapan sosyal medya hesapları’ tanımı eklenmiştir.
5. Yarı yapılandırılmış görüşme formunun sunulması: Son aşamada yarı yapılandırılmış görüşme formunun tüm süreçler tamamlanarak sunulması önerilmektedir. Son olarak, eğitim bilimleri alanında 1 yüksek lisans öğrencisi, 2 doktora öğrencisi, 1 araştırma görevlisi ve 2 öğretim üyesi olmak üzere toplam 6 uzmandan görüş alınarak forma son şekli verilmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme formunun ilk bölümünde, katılımcıların demografik bilgileri (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, çocuk sayısı, çocuk yaşları ve kullandıkları sosyal medya hesapları) alınmaktadır. Demografik bilgiler alındıktan sonra ilk iki soru hazırlık sorusu olarak belirlenmiştir. Bu sorularda katılımcıların çocukları dünyaya geldikten sonraki sosyal medya kullanımları ve sosyal medyanın ebeveynlik deneyimleri hakkındaki görüşleri alınmıştır. Üçüncü soruda ise çocuklarının görüntülerini paylaşan ve paylaşmayan ebeveynlere özel sorular alt başlık halinde hazırlanmıştır. Geriye kalan sorular ise tüm katılımcılara yöneltilmiş ve katılımcıların sharenting davranışına ilişkin görüşleri alınmıştır.

3.2.3. Verilerin Toplanması

Nitel görüşmeleri gerçekleştirmek ve çalışmanın etik açıdan değerlendirilmesi amacıyla İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Etik Kurulu'ndan gerekli izin alınmıştır (EK-2).

Katılımcıların nitel görüşmelere dahil edilmesi gönüllülük esasına dayandırılmıştır. Bu bağlamda araştırmacı, ilgili araştırma hakkında çalıştığı kurumda ve sosyal medya hesabında araştırmaya katılım duyurusu yapmıştır. Araştırmaya dahil olmak için gönüllü olarak başvuru yapan katılımcılara telefon görüşmesi üzerinden randevu verilmiştir. Görüşmeler Gaziantep ilinde psikolojik danışma ofisinde haftanın farklı gün ve saatlerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşme başlamadan önce katılımcılara araştırma hakkında bilgi verilmiştir. Görüşmenin ses kaydına alınacağı ve kayıtların yalnızca araştırmacı ve kimlik bilgileri anlaşılmadan tez danışmanı tarafından dinlenebileceği ifade edilmiştir. Bu bağlamda katılımcıların onam formu (EK-3) okunarak imzalanmaları sağlanmıştır. Görüşmeler yaklaşık 20 ile 30 dakika arasında sürmüştür.

3.2.4. Verilerin Analizi

Nitel bulguların analizinde tematik analiz yöntemi kullanılmıştır. Tematik analiz nitel analiz yöntemleri içerisinde yaygın olarak kullanılmaktadır (Liamputtong, 2009). Tematik analiz, bir veri seti içerisindeki tekrar eden anlam örüntülerini inceler. Ayrıntılı kuramsal ve teknik bilgi içermeyen tematik analiz diğer nitel analiz yöntemlerine göre nispeten daha kolaydır (Braun ve Clarke, 2019). Bu analizi yapmanın iki ana aşaması vardır: Birincisi her bir deşifreyi tekrar tekrar okumak ikincisi ise görüşme verilerini anlamlandırmaya çalışmak (Minichiello, vd., 2008).

Verilerin analizi sürecinde Braun ve Clarke (2019) tarafından araştırmacılara önerilen altı aşama takip edilmiştir. Bunlar:

1. Araştırmacının veriye aşına olması: Katılımcılarla yapılan nitel görüşmeler deşifre edilmiş ve elde edilen ham veriler araştırmacı tarafından defalarca okunmuştur. Bu sayede veri setine aşına olunmuştur.
2. İlk kodların oluşturulması: Tüm veri seti boyunca tekrar eden örüntüler kodlanmış ve her bir kodla alakalı veriler eşleştirilmiştir.

3. Temaların aranması: Birbirleriyle ilişkili kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur.
4. Temaların gözden geçirilmesi: Temaların kodlarla ve ham verilerle uyumu kontrol edilmiştir.
5. Temaların tanımlanması ve isimlendirilmesi: Temaların özellikleri incelenerek isimlendirilmiştir.
6. Temaların rapor edilmesi: Temaların içerisine öne çıkmış, çarpıcı ve dikkat çekici ifadeler rapor edilerek analiz sonlandırılmıştır.

Nitel araştırmalarda inandırıcılık kavramı nicel araştırmalardaki geçerlik ve güvenilirlik kavramlarına denk düşmektedir. Nitel bir araştırmanın inandırıcılık kriterleri; inanılabilirlik, güvenilebilirlik, onaylanabilirlik ve aktarılabilirliktir (Guba ve Lincoln, 1982). İnanılabilirlik kriterinin yerine getirilmesinde kullanılan yöntemlerden biri katılımcı teyididir. Katılımcı teyidi araştırmacı tarafından veri analizi gerçekleştirildikten sonra bulguların katılımcılara doğrulanması anlamına gelmektedir. (Yıldırım, 2010). Bu araştırma kapsamında inanılabilirliği artırmak için veri analizinin tamamlanmasının ardından katılımcılar telefonla aranmış ve bulguların doğruluğu teyit edilmiştir. Güvenilebilirlik kriterinin yerine getirilmesi için araştırmacı üçgenleme yöntemi kullanılmıştır (Başkale, 2016). Buna göre verilerin analizinde araştırmacı dışında bir başka uzman da yer almış ve sonuçlar kıyaslanmıştır. Her iki analiz sonucunda elde edilen bulguların paralel olduğu tespit edilmiştir. Onaylanabilirlik kriterinin yerine getirilmesi için ses kayıt cihazı ile elde edilen ham veriler saklanmıştır.

3.3. Çalışma-2 (Sharenting Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması)

Araştırmanın bu bölümünde, nitel bulgular, literatür taraması ve uzman görüşleri göz önüne alınarak 20 maddelik sharenting ölçeği madde havuzu oluşturulmuş ve denemelik form elde edilmiştir. Bu form üzerinde açımlayıcı faktör analizi, croanbach alfa, madde toplam korelasyonları, madde ayırt edicilik, test yarılama analizleri, doğrulayıcı faktör analizi, test-tekrar test analizi ve ölçüt geçerliliği analizleri yapılmıştır. Ölçek geliştirme sürecinde AFA ve DFA analizlerinin iki farklı veri grubunda gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Orçan, 2018). Bu nedenle ilgili analizler çalışma grubu-2 (AFA için) ve çalışma grubu-3 (DFA için) olmak üzere iki farklı veri setinde gerçekleştirilmiştir.

3.3.1. Çalışma Grubu-2 (AFA)

Çalışma Grubu-2’de 13 yaşından küçük çocuğu olan ve geçmişte çocuğunun görüntüsünü sosyal medya hesabından en az bir kere paylaşmış 330 ebeveyne çevrimiçi formlar kullanılarak ulaşılmıştır. Elde edilen verilerle AFA, croanbach alfa, madde toplam korelasyonları, madde ayırt edicilik ve test yarılama analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışma Grubu-2’ye dair demografik bilgiler Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3
Çalışma Grubu-2 demografik bilgiler

		N	Yüzdelik Dağılım %	Standart Sapma
Cinsiyet	Kadın	276	83.6	.370
	Erkek	54	16.4	
Eğitim Düzeyi	İlkokul	23	7	1.034
	Ortaokul	28	8.5	
	Lise	72	21.8	
	Üniversite	169	51.2	
	Lisansüstü	38	11.5	
Gelir Düzeyi	2800 TL ve altı	61	18.5	1.150
	2801 TL- 4500 TL	92	27.9	
	4501 TL- 7000 TL	115	34.8	
	7001 TL – 10000 TL	34	10.3	
	10001 TL ve üstü	28	8.5	
Yaş	20-29	70	21.2	.649
	30-39	191	57.9	
	40-50	69	20.9	
TOPLAM		330	100	

Tablo 3 incelendiğinde 276 kadın, 54 erkek olmak üzere toplam 330 ebeveyne ulaşılmıştır. Eğitim düzeyi incelendiğinde katılımcıların %51,2’sinin üniversite mezunu olduğu dikkat çekmektedir. Katılımcıların sosyo-ekonomik düzeyleri incelendiğinde dengeli dağılımın varlığından söz edilebilir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde ise çoğunlukla (%57,9) 30-39 yaş arası ebeveynlerin araştırmaya katıldıkları görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların yaş ortalaması 34.385’tir.

3.3.2. Çalışma Grubu-3 (DFA)

Çalışma Grubu-3’de 13 yaşından küçük çocuğu olan ve geçmişte çocuğunun görüntüsünü sosyal medya hesabından en az bir kere paylaşmış 302 ebeveyne çevrimiçi formlar kullanılarak ulaşılmıştır. Elde edilen verilerle DFA, ölçüt geçerliliği ve test tekrar test analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışma Grubu-3’ye dair demografik bilgiler Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4
Çalışma Grubu-3 demografik bilgiler

		N	Yüzdelik Dağılım %	Standart Sapma
Cinsiyet	Kadın	245	81.1	.392
	Erkek	57	18.9	
Eğitim Düzeyi	İlkokul	22	7.3	1.007
	Ortaokul	23	7.6	
	Lise	68	22.5	
	Üniversite	163	54	
	Lisansüstü	26	8.6	
Gelir Düzeyi	2800 TL ve altı	54	17.9	1.112
	2801 TL- 4500 TL	63	20.9	
	4501 TL- 7000 TL	131	43.4	
	7001 TL – 10000 TL	31	10.3	
	10001 TL ve üstü	23	7.6	
Yaş	20-29	52	21.2	.621
	30-39	185	57.9	
	40-50	65	20.9	
Yaşadığı Bölge	Akdeniz	126	41.7	
	Karadeniz	13	4.3	
	Ege	1	.3	
	Doğu Anadolu	14	4.6	
	Güneydoğu Anadolu	89	29.4	
	İç Anadolu	12	3.9	
	Marmara	47	15.5	
Paylaşım Sıklığı	Yılda birkaç tane	165	54.6	
	Ayda birkaç tane	111	36.8	
	Haftada birkaç tane	18	6	
	Günde birkaç tane	8	2.6	
TOPLAM		302	100	

Tablo 4 incelendiğinde 245 kadın 57 erkek olmak üzere toplam 302 ebeveyne ulaşıldığı görülmektedir. Eğitim düzeyi açısından incelendiğinde üniversite

mezunlarının (n=168) katılımcıların yaklaşık yarısını oluşturduğu görülmektedir. Ege bölgesinden yalnızca 1 katılımcıya ulaşıldığı görülse de 7 coğrafi bölgeden katılımcının araştırmada yer alması dikkat çekicidir. Katılımcıların yaş ortalaması ise 34.911'dir.

3.3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın bu aşamasında veri toplama aracı olarak Çalışma-2 kapsamında geliştirilen 20 maddelik Sharenting Ölçeği denemelik form (Ek-6) kullanılmıştır. Bununla birlikte Sharenting Ölçeğinin (SDÖ) ölçüt geçerliliğini sınamak için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (Yetişkin Formu) Sanal İletişim alt boyutu (Ek-9) kullanılmıştır.

3.3.3.1. Sharenting Ölçeği Denemelik Form Geliştirme Süreci

Sharenting ölçeğinin geliştirme sürecine yurt içi ve yurt dışı literatür taranarak başlanmıştır. Ebeveynlerin sharenting davranışlarını incelemeyi amaçlayan anketler, sosyal medya ve internet ortamındaki davranışlarını inceleyen ölçme araçları taranmıştır. Literatür taramasının ardından bu araştırma kapsamında hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu (EK-1) ile 13 yaşından küçük çocuğu ve aktif kullandığı sosyal medya hesabı olan 10 ebeveyn ile nitel görüşmeler yapılmıştır. Katılımcıların onayı ile görüşmeler kayıt altına alınmış ve ardından deşifre edilmiştir. Veriler tematik analiz yöntemi ile önce tekrar eden örüntüler kodlanmış ve ardından temalar oluşturulmuştur. Nitel bulgulardan sharenting boyutlarının belirlenmesi ve madde havuzunun zenginleştirilmesinde faydalanılmıştır.

Literatür taraması ve nitel görüşmelerin analizi sonucunda 20 maddelik madde havuzu oluşturulmuştur. Elde edilen madde havuzu eğitim bilimleri bölümünde öğretim üyesi 5 akademisyen, 3 doktora öğrencisi, 1 yüksek lisans öğrencisi ve ölçme ve değerlendirme alanında öğretim üyesi 1 akademisyenden olmak üzere toplam 10 uzmandan görüş alınmıştır. Uzman görüşleri doğrultusunda düzeltmeler yapılarak 20 maddelik form elde edilmiştir.

3.3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Yetişkin Formu Sanal İletişim Alt Boyutu

Bu çalışmada sharenting ölçeğinin ölçüt geçerliğini sınamak için Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen 20 maddelik Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formunun 9 maddelik Sanal İletişim alt boyutu (EK-9) kullanılmıştır. Ölçeğin tamamı

için cronbach alfa değeri .94 iken sanal iletişim alt boyutuna dair cronbach alfa değeri .91 olarak belirtilmiştir. Bu çalışmada sanal iletişim alt boyutunun cronbach alfa değeri .858 olduğu tespit edilmiştir. Ölçek 5’li Likert tipi olarak geliştirilmiş ve seçenekler 1: Bana hiç uygun değil, 2: Bana uygun değil, 3: Kararsızım, 4: Bana uygun, 5: Bana çok uygun olarak belirlenmiştir. Sanal iletişim alt boyutundan alınabilecek en yüksek puan 45 iken en düşük puan 9’dur.

3.3.4. Verilerin Toplaması

Çalışma 2 kapsamında verileri toplamak için ‘Google formlar’ kullanılmıştır. Araştırmaya katılımın gönüllü olduğuna ve sorulara içtenlikle yanıt verilmesinin önemine form yönergesinde yer verilmiştir. Tüm soruların doldurulması form ayarlarında zorunlu olarak belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemlerinin kullanıldığı çalışma gruplarında ilgili kriterlerin sağlanması için koşullu sorulara yer verilmiştir. Birinci koşullu soru; “13 yaşından küçük çocuğunuz var mı?” dır. Bu soruya “evet” yanıtı verenler ikinci koşullu soru olan; “Bugüne kadar sosyal medya hesaplarınızda çocuklarınızın görüntülerini paylaştınız mı?” sorusuyla karşılaşmışlardır. Bu soruya da evet yanıtını verenler bir sonraki aşamaya geçerek ölçek sorularıyla karşılaşmışlardır. Koşullu sorulara ‘hayır’ yanıtını verenler ise araştırmaya dahil edilmemişlerdir.

3.3.5. Verilerin Analizi

Google formlar aracılığıyla toplanan veriler excel tablosunda bir araya getirilmiş ve AFA ve güvenilirlik değerleri için analizler SPSS-22 programı ile gerçekleştirilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi ise Lisrel programı ile gerçekleştirilmiştir.

Sonuçların değerlendirilmesinde anlamlılık düzeyi .05 olarak kabul edilmiştir. Sharenting ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik değerlerinin tespiti için faktör analizleri, madde ayırt edicilik, iç tutarlık, madde toplam korelasyon, test-tekrar test ve testi yarılama analizleri yapılmıştır. Ölçüt geçerliliği için sosyal medya bağımlılığı ölçeği yetişkin formunun sanal iletişim boyutu ile sharenting ölçeğinin alt boyutları arasındaki ilişki korelasyon analizi ile incelenmiştir.

3.4. Çalışma-3 (Demografik Değişkenler ve Sharenting)

Çalışma-3’te ebeveynlerin çeşitli demografik özelliklerine göre sharenting davranışlarının farklılaşp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu kapsamda çalışma 3 için

nicel yöntem nedensel karşılaştırma deseni kullanılmıştır. Nedensel karşılaştırma deseni araştırmacının kontrol etme ya da manipüle etme imkânı olmayan bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin incelenmesinde kullanılır (Önen, 2018). Başka bir deyişle bir veya birden fazla kategorik bağımsız değişken ile bağımlı değişkenlerin arasındaki ilişki nedensel karşılaştırma deseni ile incelenir (Johnson ve Christensen, 2019: 124). Bu araştırmadaki bağımsız kategorik değişkenler; cinsiyet, aylık gelir durumu, eğitim düzeyi ve paylaşım sıklığı olarak belirlenmiştir.

3.4.1. Çalışma Grubu 3 (Demografik değişkenler)

Çalışma-3'te ebeveynlerin sharenting davranışlarının çeşitli demografik değişkenlerden ne düzeyde etkilendiğinin incelenmesinde DFA'nın gerçekleştirildiği Çalışma Grubu-3'ten elde edilen veriler kullanılmıştır.

Tablo 5
Çalışma grubu-3 demografik bilgiler

		N	Yüzdelik Dağılım %	Standart Sapma
Cinsiyet	Kadın	245	81.1	.392
	Erkek	57	18.9	
Eğitim Düzeyi	İlkokul	22	7.3	1.007
	Ortaokul	23	7.6	
	Lise	68	22.5	
	Üniversite	163	54	
	Lisansüstü	26	8.6	
Sosyo Ekonomik Düzey	2800 TL ve altı	54	17.9	1.112
	2801 TL- 4500 TL	63	20.9	
	4501 TL- 7000 TL	131	43.4	
	7001 TL – 10000 TL	31	10.3	
	10001 TL ve üstü	23	7.6	
Yaş	20-29	52	21.2	.621
	30-39	185	57.9	
	40-50	65	20.9	

Tablo 5
Çalışma grubu-3 demografik bilgiler (devamı)

	N	Yüzdelik Dağılım %	Standart Sapma
Yaşadığı Bölge	Akdeniz	126	41.7
	Karadeniz	13	4.3
	Ege	1	.3
	Doğu Anadolu	14	4.6
	Güneydoğu Anadolu	89	29.4
	İç Anadolu	12	3.9
	Marmara	47	15.5
Paylaşım Sıklığı	Yılda birkaç tane	165	54.6
	Ayda birkaç tane	111	36.8
	Haftada birkaç tane	18	6
	Günde birkaç tane	8	2.6
TOPLAM		302	100

Tablo 4 incelendiğinde 245 kadın 57 erkek olmak üzere toplam 302 ebeveyne ulaşıldığı görülmektedir. Eğitim düzeyi açısından incelendiğinde üniversite mezunlarının (n=168) katılımcıların yaklaşık yarısını oluşturduğu görülmektedir. Araştırmada 7 coğrafi bölgeden katılımcının yer alması dikkat çekicidir. Katılımcıların yaş ortalaması ise 34.911'dir.

3.4.2. Veri Toplama Aracı

Bu bölümde Çalışma-3 kapsamında kullanılan veri toplama araçları tanıtılmıştır. Çalışma-3'te sharenting davranışının ebeveynlerin demografik değişkenlerine göre farklılaşp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu kapsamda kişisel bilgi formu ve sharenting ölçeği kullanılmıştır.

3.4.2.1. Kişisel Bilgi Formu

Katılımcılardan veri toplamak için araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel bilgi (EK-4) formu kullanılmıştır. Kişisel bilgi formu hazırlanırken literatür taraması yapılmış ve bu araştırma sınırları içerisinde kalarak sharenting ile ilgili olabilecek birtakım bağımsız değişkenler dikkate alınmıştır. Bu formda cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, aylık gelir durumu, yaşanan il ve çocuklarının görüntülerini paylaşma sıklığına dair veriler alınmıştır. Katılımcıların kişisel bilgi formunu doldurma süreleri yaklaşık 5 dakika sürmüştür.

3.4.2.2. Sharenting Ölçeği

Araştırma kapsamında geliştirilen sharenting ölçeği, geçerlik ve güvenirlik analizleri doğrultusunda, ebeveynlerin sharenting davranışlarını incelemek amacıyla hazırlanmıştır. Sharenting değerlendirme ölçeği 9 maddeden oluşmaktadır. Sharenting ölçeği 5’li Likert tipi şeklinde geliştirilmiştir. Her bir maddeye verilebilecek yanıtlar; 1=Bana hiç uygun değil, 2=Bana kısmen uygun, 3=Bana orta derecede uygun, 4=Bana yüksek derecede uygun, 5=Bana tamamen uygun şeklinde seçeneleştirilmiştir.

Sharenting ölçeği ‘Paylaşım Motivasyonu’ ve ‘Risklerin Farkındalığı’ olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Paylaşım motivasyonu 5 maddeden (m2, m3, m4, m7, m9) risklerin farkındalığı ise 4 maddeden (m12, m14, m17, m18) oluşmaktadır. Alt boyutlar birbirinden bağımsız şekilde değerlendirilmektedir. Paylaşım motivasyonu alt boyutundan alınabilecek puan 5-25 arasında, risklerin farkındalığı alt boyutundan alınabilecek puan ise 4-20 arasında değişmektedir. Paylaşım motivasyonu alt boyutundan yüksek puan almak ebeveynlerin paylaşım motivasyon düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Risklerin farkındalığı alt boyutundan yüksek puan almak ise ebeveynlerin sharenting risklerine ilişkin farkındalıklarının düşük olduğunu göstermektedir. Ölçeğin uygulanması süresi yaklaşık 5-10 dakika sürmektedir.

3.4.3. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS-22 programı kullanılmıştır. Ebeveynlerin cinsiyet, eğitim düzeyi, aylık gelir durumu ve çocuklarının görüntülerini paylaşım sıklığına göre sharenting davranışlarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla ilişkisiz örneklem için t testi ve tek yönlü Varyans Analizi (Anova) testleri yapılmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR

Bu bölümde araştırmacı tarafından toplanan verilerin istatistiksel analizleri sonucu elde edilen bulguların tablo, şekil ve yorumlarına yer verilmiştir.

Bulgular üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın nitel aşamasında (Çalışma-1) yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla gerçekleştiren görüşmelerin içerik analizi, tablo ve bulguları yer almaktadır. İkinci bölümde ise sharenting ölçeğinin geçerlik (AFA, DFA, ölçüt kriteri), güvenirlik (testi yarılama, test tekrar test, iç tutarlık) ve madde analizlerine (madde toplam korelasyonu, madde ayırt ediciliği) yer verilmiştir (Çalışma-2). Üçüncü bölümde ise ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşma motivasyonlarının ve risk farkındalıklarının; cinsiyet, eğitim düzeyi, aylık gelir durumu ve çocuklarının görüntülerini paylaşma sıklığı göre farklılaşıp farklılaşmadığına yer verilmiştir (Çalışma-3).

4.1. Çalışma-1 (Nitel Aşama Bulgular)

Çalışma-1’ de ‘sharenting boyutları nelerdir’ sorusuna yanıt aranmıştır. Nitel görüşmelerden elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle analiz edilmiş ve rapor edilmiştir. Elde edilen bulgulara Tablo 6’te yer verilmiştir.

Tablo 6

Ebeveynlerin sharenting davranışına ilişkin görüşleri

Temalar	Kodlar	Frekans	Yüzde
PAYLAŞIM MOTİVASYONU	Sosyal destek	6	%60
	Ebeveynlik deneyimleri	5	%50
	Olumlu dönütler	3	%30
	Hatıra biriktirme	3	%30
	Blogger teşviki	2	%20
	Başkalarından etkilenme	1	%10
RİSK FARKINDALIĞI	Gelecekte endişe etme	7	%70
	Tehlikeli amaçlar için kullanım	7	%70
	Tedbir alma	6	%60
	Çocuğun onayı	5	%50
	Pazarlama ve reklam amaçlı paylaşımlara tepki	3	%30
	Yaş sınırlaması talep etme	2	%20
	Takipçileri bilinen kimselerden oluşturma	2	%20

Ebeveynlerle yapılan görüşmelerden elde edilen nitel veriler analiz edildiğinde tekrar eden kodların iki tema etrafında toplandığı görülmektedir. Bu temalar paylaşım motivasyonu ve risk farkındalığı olarak isimlendirilmiştir.

Paylaşım motivasyonu alt boyutunda katılımcılar tarafından vurgulanan kodların *sosyal destek* (f=6), *ebeveynlik deneyimleri* (f=5) ve *ebeveynin onay ve kabul ihtiyacı* (f=5) olduğu görülmektedir. Bu kodlara ilişkin katılımcıların alıntıları aşağıda paylaşılmıştır.

Paylaşım motivasyonu içerisinde sosyal desteğe *“Ya mesela yakınlarımın görmelerini istediğim bir paylaşım olursa hani bu korona döneminde zaten iki ay felan görüşemedik. Watsapp üzerinden çocuğun tuvalet eğitimini öğrenmiş olması bez bağlamaması sesli kayıtlar yaparak çocuğun sesini kaydedip gönderiyordum. Aile gruplarımız vardı oralarda paylaşım yapıyordum.”* K4 vurgu yapmıştır. Benzer şekilde K10; *“Paylaşıyoruz, artık birileri görür diye aile olarak söylüyorum hani büyümüş işte şöyle olmuş işte gibi yorumlar için mi artık yoksa ben de tam algılayamıyorum. Uzaktaki aileler çocukların büyüdüklarine şahit olmaları için çünkü çok göremiyorlar. Altı ayda 1 defa gitmiştim pandemi süreci nedeniyle”* paylaşım motivasyonu olarak sosyal desteğe vurgu yapmıştır.

Paylaşım motivasyonu içerisinde ebeveynlik deneyimlerini diğerlerine aktarma koduna ilişkin katılımcı görüşleri için K7’ ye ait şu ifadeler örnek olarak verilebilir. K7 ebeveynlik deneyimlerini diğerleriyle paylaşmasını şu sözlerle vurgulamıştır: *“Bilgi içerikli olanlar yani benim de takip ettiğim instagramda araştırdığım şeyler oyun gibi etkinlik gibi şeyler olduğu için hani belki de büyük kızımın bununla ilgili de bir video çekersem zaten şimdi online eğitim var onunla etkinliklerimi oyunlarımı ebeveynleri bilgilendirmek için çekip kullanabilirim”* Benzer şekilde *“Çocuğumun yaptığı etkinlikleri paylaşmak istiyorum herkes görsün, paylaşılan şeylerden bilgi alabilirler. Kendileri de yapabilir çünkü çocuklarla farklı şeyler yapıyoruz. Onlarda bilgi alsınlar diye çoğunlukla paylaşıyorum”* sözleriyle K9 ebeveynlik deneyimlerini diğer ebeveynlerle çocuklarının görüntüleri aracılığıyla paylaştığını ifade etmiştir.

Paylaşım motivasyonu içerisinde olumlu dönütler koduna ilişkin bazı katılımcı görüşleri şu şekildedir: *“Beğeniler aldıkça daha çok paylaşım yapasım gelir. Mesela bir onay hareketi ya işte mesela oğlunuza giydirdiğiniz şeyi nereden aldınız gibi bir yorum veya paylaşımında eğitici oyuncuklarla oynamıştır çocuk için bu eğitici oyuncağı*

nereden elde ettiniz gibi yorumlar beni olumlu etkiliyor. Hani bu tarz şeyler onlara da yol göstereceği için hem paylaşımlarını artırıyor hemde olumlu yönde etkiliyor.” sözleriyle K4, olumlu dönütlerin etkisi altında kaldığını ifade etmiştir. Benzer şekilde “Beğeni almak motive ediyor daha çok paylaşmak istiyorum. Çok güzel çıkmış, bugün buraya mı gittiniz, bugün bunu mu yaptınız, bu tarz yorumlar geliyor olumsuz bir yorum almadım.” sözleriyle K8, aldığı beğenilerin sosyal medyadaki çocuğuna ilişkin paylaşımları motive ettiğini ifade etmiştir.

Risklerin farkındalığı alt boyutunda ise *çocuk için gelecekte endişe etme* (f=7), *fotoğrafların tehlikeli amaçlar için kullanımından endişe etme* (f=7) ve *tedbir alma* (f=6) kodları öne çıkmıştır. Öne çıkan kodlar için katılımcılarda yapılan alıntılar aşağıda paylaşılmıştır.

K10 paylaşımları neticesinde gelecekte çocuklarını neler bekleyebileceğine dair endişesini şu sözlerle açıklamıştır: “*Diyeim ki çocuğunuzu paylaşıyorsunuz ama o an küçük o büyüdüğünde mesela o küçük dönemi benim aklımdan gidiyor sizin aklınızda kalıyor. Aa işte sen küçüktün kızım veya oğlum böyleydin böyle yapıyordun. Senden gidiyor ama birilerinin aklında kalıyor olabilir. Üç çocuğum var mesela onlar büyüdülerinde birileri onlara işte sen küçüken şöyle yapmıştın böyle yapmıştın dediklerinde acaba çocuklarım çekinecekler mi utanacaklar mı merak ediyorum.*”

Paylaşımların tehlikeli amaçlar için paylaşılabilirliğine dair tekrar eden ebeveyn görüşlerinden birini K4 “*Kötü niyetli insanların eline geçip photoshop yapıp farklı sitelerde mesela benim arkadaşımın çocuğunun resmini reklam ajansına vermişlerdi. Çocuk böyle sarışın renkli gözlü felan fotojenik bir çocuktur. Her halini çekip koyardı arkadaşım da ve şu an hala daha davalıklar. Mesela çok uğraştılar bu anlamda çünkü facebook’a koymuştu ve face adresi açık olduğu için habersiz bir şekilde reklam ajansının eline düştü*” sözleriyle ifade etmiştir. Benzer şekilde K10 tehlikeli amaçlara dair görüşlerini şu sözlerle açıklamıştır: “*Risk olarak da bilmediğiniz kişiler tarafından görüntülenebilir alınabilir. Dediğim gibi karşıdakinin iyi veya kötü niyetli olmadığını bilmiyorsun. Çocuk sonuçta savunmasız kendini bilmeyen biri takip edildiğini bilmez. Kötü kişiler tarafından diyelim istismar, kaçırılma olabilir. Her türlü bir şeyler olabilir yani.*”

Tedbir alma koduna ilişkin K5’in görüşleri şu şekildedir: “*Yakınlarımla paylaşım yapmalarına izin vermiyorum. Kendi ailemde de mesela kız kardeşim de erkek*

kardeşim de felan onlar mesela çocuğumla ilgili bir paylaşım yapacakları zaman ilk önce benden izin alıyorlar. Ben o paylaşıma izin verirsem paylaşıyorlar yoksa benden hariç yapmıyorlar. Çünkü onların takipçileri arkadaş çevresi daha farklı olduğu için daha farklı alanlara yayılmasını istemiyorum. Ben paylaşım yaptığımda sadece kendi arkadaş grubum veya akrabam gurubu görüyor. Ama üçüncü kişilerin paylaşımı daha farklı benim hiç tanımadığım insanların görmesini istemiyorum. Rahatsız oluyorum.”

Benzer şekilde K1; *“Takipçi listesinin tanıdık insanlardan olması daha mantıklı geliyor bana. Atıyorum Facebookta 700 arkadaşım varsa bunun en azından 685’ini tanıyorumdur. Bildiğim kişiler. Eğer bir kişi bana arkadaşlık isteği göndermişse tanıımıyorsam zaten kabul etmem. O yüzde Facebookta bir yerde şey ederken tanıdık çevre mesela bazısı bakıyorum 3-5 bin arkadaşı var. Bunun içerisinde 300 tanesini tanıyor diğer hiçbirini tanımıyor. Profil fotoğrafına bakıyor onun kendisi olup olmadığını bile bilmiyor. O biraz sakıncalı bilmediğin insanlarla çocuklarını paylaşıyorsun. Normal hayatta tanımadığın kişilere almayacaksın gruba veya sayfana almayacaksın.”* sözleriyle sharenting risklerine karşı alınabilecek tedbirlere ilişkin görüşlerini açıklamıştır.

Çalışma 1 kapsamında nitel görüşmelerden elde edilen bulgular sharenting davranışının boyutlarının belirlenmesinde ve sharenting ölçeğinin madde havuzunun oluşturulmasında kullanılmıştır.

4.2. Çalışma 2 (Sharenting Ölçeği Güvenirlik ve Geçerlik Analizlerine İlişkin Bulgular)

Araştırmanın bu bölümünde ‘geliştirilmesi planlanan sharenting ölçeği geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı mıdır?’ sorusuna yanıt aranmıştır.

4.2.1. Sharenting Ölçeğinin Güvenirlik Analizlerine İlişkin Bulgular

Bu çalışmada sharenting ölçeğinin güvenirlik analizleri kapsamında iç tutarlılık (Cronbach alfa, madde toplam korelasyon ve testi yarılama) ve kararlılık (test-tekrar test) değerleri incelenmiştir.

4.2.1.1. İç Tutarlılık (Cronbach Alfa)

Sharenting ölçeğinin güvenirlik analizleri çalışma grubu-2 ile gerçekleştirilmiştir. Güvenirlik analizleri kapsamında ilk olarak literatür taraması, nitel

görüşmeler ve uzman görüşleri sonucunda elde edilen 20 maddelik sharenting ölçeğinin deneme formunun cronbach alfa değeri incelenmiştir (EK-5). Düzeltilmiş madde korelasyonu .30'un altında kalan maddeler (m16, m19, m20) teker teker elenerek analiz yinelenmiştir. Geçerlik ve güvenirlik analizleri sonucunda elde edilen 9 maddelik sharenting ölçeğinin cronbach alfa değeri Tablo 7'te paylaşılmıştır.

Tablo 7
Sharenting Ölçeği Cronbach alfa değeri

Faktörler	Madde Numarası	Düzeltilmiş Madde Korelasyonu	α
Paylaşım Motivasyonları	m4	.629	.759
	m9	.434	
	m7	.584	
	m3	.510	
	m2	.537	
Risk Farkındalığı	m12	.429	.751
	m14	.569	
	m17	.549	
	m18	.654	

Tablo 7 incelendiğinde sharenting ölçeğinin paylaşım motivasyonu alt boyutu için cronbach alfa değeri .759 ve risklerin farkındalığı alt boyutu için .751 olmuştur. Maddelerin düzeltilmiş madde korelasyon değerlerinin .30'un üzerinde yer alması iç tutarlılık bağlamında kabul edilebilirdir. Alt boyutlar için elde edilen cronbach alfa değerleri ölçeğin iyi düzeyde ($.70 \leq \alpha < .90$) güvenilir olduğunu göstermektedir (George ve Mallery, 2003).

4.2.1.2 Madde-Toplam Korelasyonu

Sharenting ölçeğinin güvenirlik kapsamında iç tutarlılık analizleri cronbach alfa analizinden hemen sonra madde toplam korelasyon analizi ile devam etmiştir. Bu aşamada düşük madde toplam korelasyon değeri ortaya koyan madde veya maddeler elenmiş ve analizler devam etmiştir. Geçerlik ve güvenirlik analizleri neticesinde elde edilen 9 maddelik sharenting ölçeğinin madde toplam korelasyon değerleri Tablo 8'de paylaşılmıştır.

Tablo 8
Sharenting Ölçeği madde toplam korelasyon analizi sonuçları

Madde No	r	p
m4	,593	0,000**
m9	,519	0,000**
m7	,471	0,000**
m3	,623	0,000**
m2	,432	0,000**
m12	,609	0,000**
m14	,665	0,000**
m17	,569	0,000**
m18	,699	0,000**

**p<0.05

4.2.1.3. Testi Yarılama

Sharenting ölçeğinin güvenirliğini sınamak için son olarak tek ve çift numaralı maddelerden iki ayrı form elde ederek testi yarılama analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 9’de paylaşılmıştır.

Tablo 9
Sharenting Ölçeği İki eş değer yarı form arasındaki korelasyon analizi

Form Tek	r	Form Çift
		.714*

N:330, p* <.05

Tablo 9’nin sonuçlarına göre Form Tek ile Form çift arasında anlamlı düzeyde ilişki vardır. (p=.000, r=.714). Sharenting ölçeğinin iki eş değer formlar arasında anlamlı düzeyde ilişki olması ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

4.2.1.4. Kararlılık (Test-Tekrar Test Analizi)

Sharenting ölçeğinin güvenirliği kapsamında kararlılığını sınamak için test-tekrar test analizi gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda çalışma grubu-3’te katılımcı olarak yer alan 48 ebeveyne formu ilk kez doldurdularından bir ay sonra yeniden doldurmaları sağlanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 10’da paylaşılmıştır.

Tablo 10
Sharenting ölçeği test tekrar test analizi sonuçları

1.Uygulama	r	2.Uygulama
		.908*

*p=.000

Tablo 10 incelendiğinde sharenting ölçeğinin ilk ve ikinci uygulamaları arasındaki korelasyon katsayısının ($r=.908$) oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre sharenting ölçeğinin kararlı sonuçlar aldığı söylenebilir.

4.2.2. Sharenting Ölçeğinin Geçerlilik Analizlerine İlişkin Bulgular

Sharenting ölçeğinin geçerlik analizleri doğrultusunda ölçeğin kapsam geçerliliği, yapı geçerliliği ve ölçüt geçerliliği incelenmiştir.

4.2.2.1. Kapsam Geçerliliği

Sharenting ölçeğinin kapsam geçerliliği bağlamında öncelikle literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Literatürdeki sharenting ile ilişkili anket, kişisel bilgi formu vb. ölçme araçları incelenmiştir. Çalışma 1 kapsamında 10 ebeveynle nitel görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması ve nitel görüşmelerden elde edilen bulgularla birlikte 20 maddelik sharenting ölçeği madde havuzu oluşturulmuştur. Beşli Likert tipi (1: Bana hiç uygun değil, 2: Bana kısmen uygun, 3: Bana orta derecede uygun, 4: Bana yüksek derecede uygun, 5: Bana tamamen uygun) şeklinde seçenklendirilen sharenting ölçeğinin 20 maddelik deneme formu uzman görüşüne sunulmuş ve düzeltmelerin ardından deneme formuna son hali (EK-6) verilmiştir. Likert tipi ölçek geliştirmede kategorilerin belirlenmesinde orta noktaya yer verilip verilmemesi tartışma konusudur. Orta noktanın (kararsızım vb.) katılımcılar tarafından konuyla ilgili bilgi sahibi olmama ve görüş belirtmekten kaçınma gibi tercih edilme nedenleri (Akbaş vd., 2020) göz önünde bulundurularak sharenting ölçeğinde orta nokta yer almamasına karar verilmiştir.

4.2.1.2. Yapı Geçerliliği

Bu çalışmada yapı geçerliliğini test etmek amacıyla açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

4.2.1.2.1. Açımlayıcı Faktör Analizi

Açımlayıcı faktör analizi, var olan psikolojik yapıyı anlamaya ve değişkenler arasındaki yapıyı ortaya çıkarmaya yarayan bir tekniktir (Seçer, 2015). Sharenting ölçeğinin faktör yapısını ortaya koymak için öncelikle çalışma grubu-2'den elde edilen verilerin normalliği sınanmıştır. Bu kapsamda Kolmogorov-Smirnov, çarpıklık ve basıklık (Skewness- Kurtosis), mod, medyan, ortalama puan değerleri incelenmiştir (EK-7). Daha sonra güvenirlik analizlerinde elenmiş maddeler (m8, m16, m19, m20) dışarıda tutularak kalan 16 madde ile açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör kesim noktası olarak eigen value değeri 1 kabul edilmiştir. Maddelerin faktör yükü olarak .45 değeri sınır olarak kabul edilmiştir (Büyüköztürk, 2002).

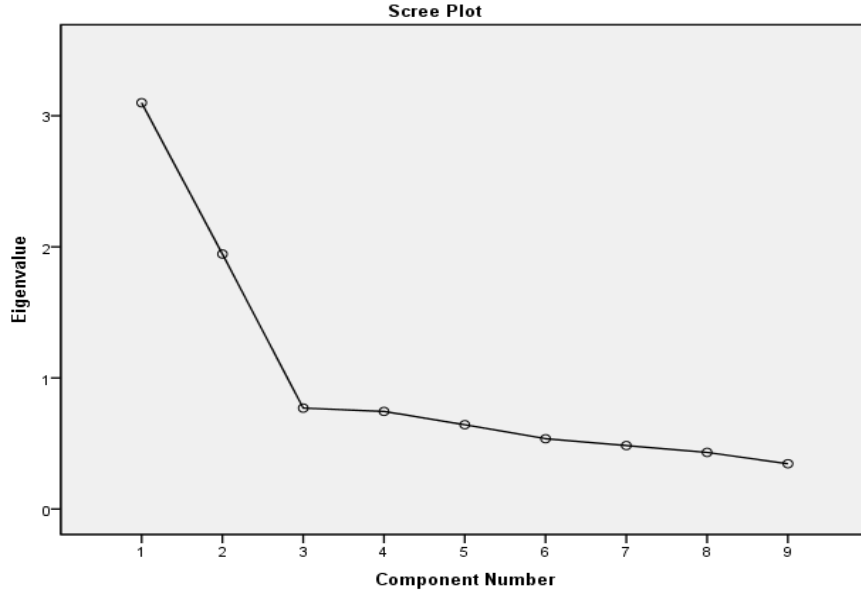
İlk analiz sonuçları (EK-8) incelendiğinde binişik maddeler, faktör yapısıyla uyumlu olmayan maddeler ve düşük faktör yüküne sahip olan maddeler teker teker çıkarılıp varimax döndürme yöntemi ile yeniden analiz yapılarak sharenting ölçeğinin toplam 9 maddeden oluşan iki faktörlü yapısına ulaşılmıştır. Sonuçlar Tablo 11'de paylaşılmıştır.

Tablo 11
Sharenting ölçeği açımlayıcı faktör analizi sonuçları

Maddeler	Ortak Faktör		Açıklanan Toplam	
	Yükü	Faktör 1	Faktör 2	Varyans
m7	.632	.794		
m4	.642	.790		
m2	.570	.753		
m3	.499	.639		
m9	.368	.580		
m18	.700		.830	
m17	.631		.790	
m14	.594		.763	
m12	.408		.598	
Açıklanan Varyans %		29.44	26.609	56.049

Tablo 11 incelendiğinde, sharenting ölçeğinin açıklanan toplam varyansı %56.049 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Maddelerin faktör yükleri ise Faktör 1 için .580-.794 arası, Faktör 2 için .598-.830 arasında değişmektedir. Bununla birlikte analizlerde .50'nin üzerinde olması önerilen KMO değerinin .780 olduğu

görülmektedir. Buna göre veri setinin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir (Seçer, 2015). Sharenting ölçeğinin öz değer grafiği incelendiğinde ölçeğin 2 faktörlü bir yapıda olduğu desteklenmektedir (Şekil 2).



Şekil 2. Açımlayıcı faktör analizi özdeğer grafiği

Ortaya çıkan 9 maddelik sharenting ölçeğinin faktörleri incelenmiş ve isimlendirme yapılmıştır. Buna göre Faktör 1; Paylaşım Motivasyonları (PM), Faktör 2; ise Risk Farkındalığı (RF) olarak isimlendirilmesi uygun görülmüştür.

4.2.1.2.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için açımlayıcı faktör analizinden sonra doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA, AFA'dan sonra modeli doğrulamak ve modelin uyumunu test etmek için gerçekleştirilir. DFA, 302 katılımcının dahil olduğu çalışma grubu-3 ile gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda çalışma grubu-3 normallik analizleri incelenmiştir (Ek-7).

Doğrulayıcı faktör analizinde hangi uyum indekslerinin rapor edileceği üzerinde görüş birliği bulunmasa da Tablo 12'de χ^2/sd , p , χ^2 , sd , RMR, GFI, AGFI, NFI, CFI ve RMSEA değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 12
Doğrulayıcı faktör analizi uyum değerleri

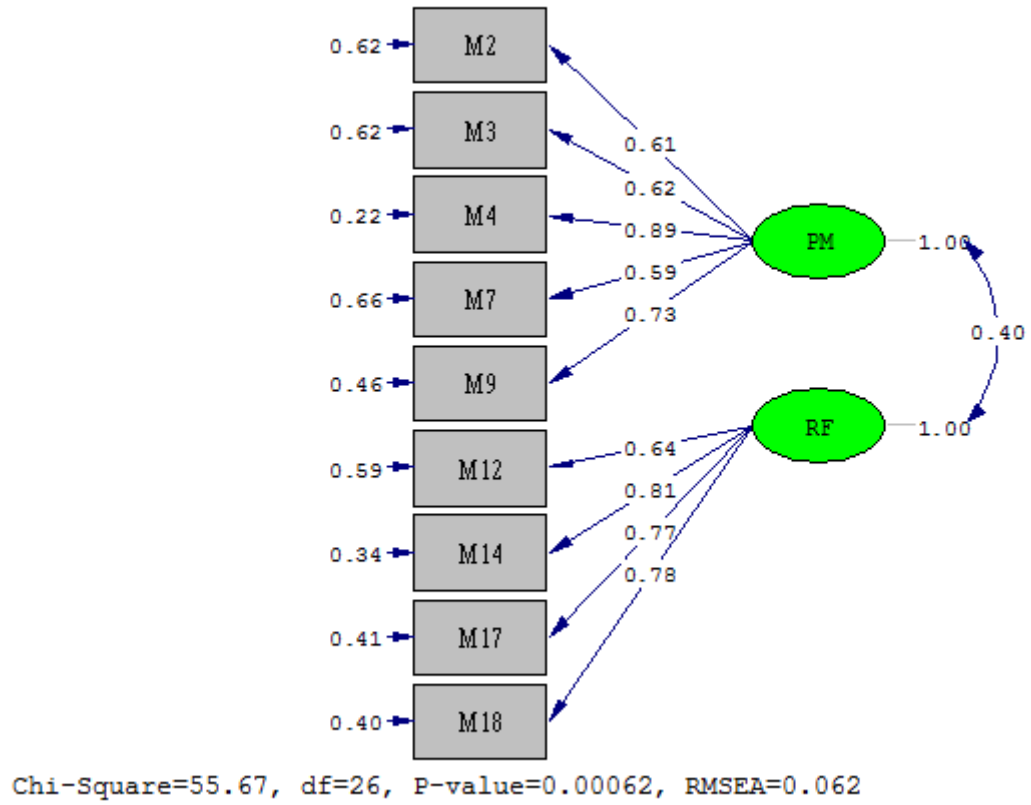
Uyum İyiliği Değerleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Gözlenen Değerler
χ^2/sd	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 < \chi^2/sd \leq 3$	2.141*
P	$0.05 < p \leq 1.00$	$0.01 < p \leq 0.05$	.000
χ^2			55.67
Sd			26
RMR	$0 \leq RMR \leq 0.05$	$0.05 < RMR \leq 0.10$	.069*
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1.00$	$0.90 \leq GFI < 0.95$	.96**
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$0.85 \leq AGFI < 0.90$	.93**
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NFI < 0.95$	.96**
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1.00$	$0.95 \leq CFI < 0.97$	.98**
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$	.062*

(Marcholudis ve Schumacher, 2007, akt. Seçer, 2015)

*Kabul edilebilir uyum

**Mükemmel uyum

Tablo 12 incelendiğinde modelin uyum değerlerinin kabul edilebilir ve iyi uyum değerleri arasında yer aldığı görülmektedir. Buna göre sharenting ölçeğinin 9 maddelik 2 faktörlü yapısının doğrulandığını söylemek mümkündür.



Şekil 3. Sharenting ölçeğinin standardize edilmiş çözümleme değerlerinin diyagram gösterimi

Şekil 3'deki standardize edilmiş kat sayılar incelendiğinde Paylaşım Motivasyonları (PM) boyutundaki maddelerin faktör yüklerinin sırasıyla .61, .62, .89, .59, .73 ve Risklerin Farkındalığı (RF) boyutundaki maddelerin ise faktör yüklerinin sırasıyla .64, .81, .77, .78 olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak sharenting ölçeğinin iki faktörlü dokuz maddelik yapısı DFA ile doğrulanmıştır. Bu faktörlerin tanımları ve örnek maddeleri aşağıda paylaşılmıştır.

Paylaşım Motivasyonları (PM) boyutu ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşım motivasyonlarını ortaya koymaktadır. Bu alt boyutta “Çocuğumla ilgili paylaşımlarım sosyal medyada daha fazla takip edilmemi sağlar” ve “Paylaşımlarımla ebeveynlik deneyimlerimi diğer ebeveynlere aktarma fırsatı bulurum” gibi maddeler yer almaktadır. Katılımcıların bu boyuttan yüksek puan almaları paylaşım motivasyonlarının yüksek olduğu anlamına gelmektedir.

Risklerin Farkındalığı (RF) boyutu ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşımları sonucunda karşılaşılabilecekleri risklere ilişkin farkındalıklarını ortaya koymaktadır. Bu alt boyutta “Çocuğumla ilgili paylaşımlar yapmamın mahremiyet ihlali olmadığını düşünürüm” ve “Paylaştığım görüntülerin çocuğuma zarar verecek amaçlar için kullanılmayacağını düşünürüm” gibi maddeler yer almaktadır. Katılımcıların bu boyuttan yüksek puan almaları çocuklarının görüntülerini paylaşımları sonucunda karşılaşılabilecekleri risklere ilişkin farkındalıklarının düşük olduğu anlamına gelmektedir.

4.2.1.3. Ölçüt Geçerliliği

Ölçüt geçerliliği; benzer özellikleri ölçmek kaydıyla, geçmişte kapsam ve yapı geçerliliği sınanmış bir ölçeğin geliştirilmek istenen ölçekle arasındaki ilişkiye bakılarak değerlendirilir. Bu kapsamda sharenting ölçeğinin ölçüt geçerliliği, sosyal medya bağımlılığı yetişkin formu ölçeğinin sanal iletişim (Sİ) alt boyutu ile sınanmıştır (Tablo 13).

Tablo 13

Sharenting Ölçeği ile Sanal İletişim (Sİ) alt boyutu arasındaki korelasyon bulguları

Paylaşım Motivasyonu		Risklerin Farkındalığı	
Sİ			
	.435*		.155*

$N=302$, $*p<.05$

Tablo 13 incelendiğinde; Sosyal medya bağımlılığı yetişkin formu sanal iletişim (Sİ) boyutu ile paylaşım motivasyonu ($r= .435$, $p=.000$) ve risklerin farkındalığı ($r= .155$, $p=.007$) ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Paylaşım motivasyonu boyutundan yüksek puan almak ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşma motivasyonlarının yüksek olduğu anlamına gelir. Risklerin farkındalığı boyutundan yüksek puan almak ise ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşımlarından doğabilecek risklerin daha az farkında olduğu anlamına gelir. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığı yetişkin formu sanal iletişim (Sİ) alt boyutunun paylaşım motivasyonu ve risklerin farkındalığı ile pozitif yönde anlamlı ilişki

beklendiği gibi gerçekleşmiştir. Buna göre sharenting ölçeğinin ölçüt geçerliliğini sağladığı söylenebilir.

4.2.1.4. Sharenting Ölçeğinin Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Değerleri

Sharenting ölçeğinin alt boyutları arasında ilişki olup olmadığını incelemek için korelasyon analizi yapılmıştır (Tablo 14).

Tablo 14

Sharenting alt boyutları arasındaki korelasyon değerleri

	Paylaşım Motivasyonu	Risk Farkındalığı
Paylaşım Motivasyonu	1	
Risk Farkındalığı	.300*	1

* $p < .05$

Sharenting ölçeğinin alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($r = .300$, $p = 0.000$). Buna karşılık Pearson korelasyon kat sayısı, ilişkinin düşük düzeyde olduğunu göstermektedir. Sharenting ölçeğinin alt boyutları arasında ilişkinin düşük olması alt boyutların birbirinden bağımsız bir şekilde ölçülmek istenen özelliğin farklı boyutlarını ölçebildiğini göstermektedir.

4.2.1.5. Madde Ayırt Ediciliği

Ölçek geliştirme sürecinde madde eleme stratejilerinden biri de madde ayırt ediciliğinin tespit edilmesidir. İyi bir maddenin ölçekten düşük puan alanlar ile yüksek puan alanları ayırt edebilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda 9 maddelik sharenting ölçeği toplam puanı hesaplanmış ve %27'lik alt grup-üst grup şeklinde ikiye ayrılarak madde ayırt edicilikleri tespit edilmiştir (Tablo 15).

Tablo 15
Sharenting ölçeği maddelerinin ayırt edicilikleri

Madde No	t	p
M2	4.824	0,000**
M3	10.636	0,000**
M4	7.615	0,000**
M7	10.727	0,000**
M9	8.328	0,000**
M12	16.589	0,000**
M14	20.67	0,000**
M17	20.225	0,000**
M18	15.937	0,000**

**p<0.05

Tablo 15 incelendiğinde maddelerin tamamının alt ve üst gruplarda aldıkları değerlerinin anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Buna göre sharenting ölçeği maddelerinin ayırt edici olduğu söylenebilir.

Tüm bu bulgular incelendiğinde sharenting ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu söylenebilir.

4.3. Çalışma 3 (Sharenting'in ebeveynlerin demografik özelliklerine göre değişime ilişkin bulgular)

Araştırmanın bu bölümünde sharenting davranışının ebeveynlerin cinsiyet, aylık gelir durumları, eğitim düzeyleri ve çocuklarının görüntülerini paylaşma sıklıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı sorularına yanıt aranmıştır. Çalışma grubunun sharenting bulgularına Tablo 16'da yer verilmiştir.

Tablo 16
Katılımcıların sharenting ölçeği sonuçları

	Ortalama	Medyan	Standart Sapma
Paylaşım Motivasyonu	8.006	7	3.151
Risk Farkındalığı	10.129	10	4.498

Tablo 16 incelendiğinde katılımcıların paylaşım motivasyonu alt boyutunda düşük ortalamaya (X=8.006) sahip oldukları görülmektedir. Buna karşılık risk farkındalıkları ortalaması (X=10.129) incelendiğinde ise orta düzeyde bir ortalama

sahip oldukları görülmektedir. Buna göre katılımcıların paylaşım motivasyonlarının düşük, risk farkındalıklarının ise orta düzeyde olduğu söylenebilir.

4.3.1. Alt problem: Sharenting ebeveynlerin cinsiyetine göre farklılaşmakta mıdır?

Cinsiyete göre ebeveynlerin paylaşım motivasyonları ve risk farkındalıklarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla bağımsız gruplar arası t testi analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 17’te verilmiştir.

Tablo 17

Sharenting ölçeğinin alt boyutlarının cinsiyete göre t testi bulguları

	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	St. Sapma	t	P
Paylaşım Motivasyonu	Kadın	245	8.10	3.09	1.091	.276
	Erkek	57	7.59	3.40		
Risk Farkındalığı	Kadın	245	10.14	4.30	.096	.924
	Erkek	57	10.07	5.30		

* $p < .05$

Ebeveynlerin cinsiyete göre paylaşım motivasyonları incelendiğinde ($t = 1.091$, $p = .276$) anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir. Benzer şekilde ebeveynlerin cinsiyete göre risk farkındalıkları incelendiğinde ($t = .096$, $p = .924$) cinsiyete göre farklılaşma gözlenmemiştir. Buna göre anne ve babaların paylaşım motivasyonları ve risk farkındalık düzeylerinin benzer olduğu söylenebilir.

4.3.2. Alt problem: Sharenting ebeveynlerin eğitim düzeylerine göre farklılaşmakta mıdır?

Eğitim düzeyine göre ebeveynlerin paylaşım motivasyonları ve risk farkındalıklarının farklılaşıp farklılaşmadığının incelenmesi için tek yönlü Anova analizi yapılmıştır. Kişisel bilgi formunda ebeveynlerin eğitim düzeyleri ilkököl, ortaokul, lise, üniversite ve lisansüstü olarak alınsa da ilkököl ($n = 22$, %7,3), ortaokul ($n = 23$, %7,6) ve lisansüstü ($n = 26$, %8,6) seçeneklerine az sayıda işaretleme olması nedeniyle hücre birleştirme uygulaması yapılmıştır. Buna göre ilkököl ve ortaokul

ilköğretim olarak, lise ortaöğretim olarak ve lisansüstü ise üniversite olarak kodlanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18

Sharenting ölçeğinin alt boyutlarının eğitim düzeyine göre tek yönlü Anova bulguları

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Paylaşım Motivasyonu	Gruplar arası	301.586	2	150.793	16.771	.00*
	Grup içi	2688.401	299	8.991		
	Toplam	2989.987	301			
Risk Farkındalığı	Gruplar arası	397,329	2	0.819	10.435	.00*
	Grup içi	5692,635	299	10.133		
	Toplam	6089,964	301			

* $p < .05$

Tablo 18 incelendiğinde ebeveynlerin paylaşım motivasyonları ($F= 16.771$, $p= .00$) ve risk farkındalıkları ($F= 10.435$, $p= .00$) boyutlarının eğitim durumlarına göre farklılaştığı görülmektedir. Ebeveynlerin paylaşım motivasyonları ve risk farkındalıklarının hangi gruplar arasında farklılaştığını ortaya koymak amacıyla Post Hoc testleri kullanılmıştır. Bu bağlamda alt boyutların varyansların eşitliği varsayımı Levene testi anlamlılığı ile sınanmıştır. Paylaşım motivasyonu boyutu varyansların eşitliği varsayımını reddettiği ($p= .000$) için post hoc testlerinden Dunnett T3 kullanılmıştır. Bulgular Tablo-16’da paylaşılmıştır. Buna karşılık risk farkındalığı boyutu varyansların eşitliği varsayımını kabul ettiği ($p=.560$) için Tukey testi kullanılmıştır. Bulgular Tablo 19’da paylaşılmıştır.

Tablo 19

Eğitim düzeyine göre paylaşım motivasyonu Dunnett T3 sonuçları

Alt Boyut	Mezuniyet	N	$\bar{x}$	Mezuniyet	$\bar{x}$	Standart Hata	P
Paylaşım Motivasyonu	İlköğretim	45	7.088	Ortaöğretim	6.5	.23	.468
				Üniversite	8.767	.24	.001*
	Ortaöğretim	68	6.5	İlköğretim	7.088	.37	.468
				Üniversite	8.767	.24	.000*
	Üniversite	189	8.767	İlköğretim	7.088	.37	.001*
				Ortaöğretim	6.5	.23	.000*
Toplam		302					

* $p < .05$

Tablo 19 incelendiğinde; ilköğretim mezunu ($N=45$, $\bar{x}=7.088$) ve üniversite mezunu ($N=189$, $\bar{x}=8.767$) ebeveynler arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir ($p=.001$). Buna göre üniversite mezunu olan ebeveynlerin ilköğretim mezunu olan ebeveynlere göre paylaşım motivasyon düzeyleri daha yüksektir. Benzer şekilde ortaöğretim mezunu ($N=68$, $\bar{x}=6.5$) ve üniversite mezunu ($N=189$, $\bar{x}=8.767$) ebeveynler arasında da anlamlı fark olduğu görülmektedir. Buna göre üniversite mezunu ebeveynlerin ortaöğretim mezunu ebeveynlere göre paylaşım motivasyon düzeyleri daha yüksektir. Test sonucu hesaplanan etki büyüklüğü ($\eta^2=.100$) bu farkların orta düzeyde olduğunu göstermektedir. İlköğretim mezunu ebeveynler ile ortaöğretim mezunu ebeveynler arasında ise paylaşım motivasyonları bağlamında anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

Tablo 20

Eğitim düzeyine göre risk farkındalığı Tukey sonuçları

Alt Boyut	Mezuniyet	N	$\bar{x}$	Mezuniyet	$\bar{x}$	Standart Hata	P
Risk Farkındalığı	İlköğretim	45	8.6	Ortaöğretim	8.676	.52	.995
				Üniversite	11.015	.32	.003*
	Ortaöğretim	68	8.676	İlköğretim	8.6	.59	.995
				Üniversite	11.015	.32	.001*
	Üniversite	189	11.015	İlköğretim	8.6	.32	.003*
				Ortaöğretim	8.676	.52	.001*
Toplam		302					

* $p < .05$

Tablo 20 incelendiğinde ilköğretim mezunu ebeveynler (N=45, $\bar{x}$ = 8.6) ile üniversite mezunu ebeveynlerin (N=189, $\bar{x}$ =11.015) risk farkındalığı düzeylerinde anlamlı şekilde farklılaştıkları görülmektedir. Buna göre üniversite mezunu ebeveynlerin risk farkındalığı ilköğretim mezunu ebeveynlere göre daha düşüktür. Benzer şekilde ortaöğretim mezunu ebeveynlerin (N=68, $\bar{x}$ =8.676) üniversite mezunu ebeveynlerin (N=189, $\bar{x}$ =11.015) risk farkındalık düzeylerinde anlamlı şekilde farklılaştıkları görülmektedir. Buna göre üniversite mezunu ebeveynlerin, ilköğretim mezunu ebeveynlere göre risk farkındalıkları düşüktür. Test sonucu hesaplanan etki büyüklüğü ($\eta^2=.065$) bu farkların orta düzeyde olduğunu göstermektedir. İlköğretim mezunu ebeveynler ile ortaöğretim mezunu ebeveynler arasında ise risk farkındalık düzeyleri bağlamında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

4.3.3. Alt problem: Sharenting ebeveynlerin aylık gelir durumlarına göre farklılaşmakta mıdır?

Aylık gelir durumuna göre ebeveynlerin paylaşım motivasyonları ve risk farkındalıklarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla tek yönlü anova analizi yapılmıştır. Kişisel bilgi formunda ebeveynlerin aylık gelir durumları 2800 TL ve altı, 2801 TL- 4500 TL, 4501 TL- 7000 TL, 7001 TL- 10000 TL ve 10001 TL ve üzeri şeklinde seçenklendirilmiş olsa da 10001 TL ve üzeri seçeceği (N=23, %7,6) oldukça az sayıda işaretlenmesi nedeniyle dördüncü ve beşinci hücreler birleştirilerek

‘7001 TL ve üzeri’ şeklinde bir araya getirilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 21’de paylaşılmıştır.

Tablo 21

Aylık gelir durumuna göre sharenting alt boyutlarının tek yönlü Anova sonuçları

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
Paylaşım Motivasyonu	Gruplar arası	129.082	3	43,027		
	Grup içi	2860.905	298	9,6	4.482	.004*
	Toplam	2989.987				
Risk Farkındalığı	Gruplar arası	318,357	3	106,119		
	Grup içi	5771,607	298	19,368	5.479	.001*
	Toplam	6089,964	301			

* $p < .05$

Tablo 21 incelendiğinde ebeveynlerin paylaşım motivasyonları ($F=4.482$, $p=.004$) ve risk farkındalıkları ($F=5.479$, $p=.001$) boyutlarının aylık gelir durumlarına göre farklılaştığı görülmektedir. Ebeveynlerin paylaşım motivasyonları ve risk farkındalıklarının hangi gruplar arasında farklılaştığını ortaya koymak amacıyla Post Hoc testleri kullanılmıştır. Her iki alt boyutta da varyansların homojenliği varsayımı Levene testi anlamlılığına göre kabul edildiği ($p=.074$, $p=.629$) için Tukey testi kullanılmıştır. Bulgular Tablo 22’de paylaşılmıştır.

Tablo 22

Sharenting alt boyutlarının aylık gelir durumuna göre Tukey testi sonuçları

Alt Boyut	Aylık Gelir	N	$\bar{x}$	Aylık Gelir	$\bar{x}$	Standart Hata	P
Paylaşım Motivasyonu	2800 TL ve altı	54	7.203	2801 TL- 4500 TL	7.190	.36	1
				4501 TL- 7000 TL	8.427	.29	.072
				7001 TL ve üzeri	8.740	.42	.051
	2801 TL- 4500 TL	63	7.190	2800 TL ve altı	7.203	.35	1
				4501 TL- 7000 TL	8.427	.29	.047*
				7001 TL ve üzeri	8.740	.42	.037*
	4501 TL- 7000 TL	131	8.427	2800 TL ve altı	7.203	.36	.072
				2801 TL- 4500 TL	7.190	.29	.047*
				7001 TL ve üzeri	8.740	.42	.924
	7001 TL ve üzeri	54	8.740	2800 TL ve altı	7.203	.35	.051
				2801 TL- 4500 TL	7.190	.36	.037*
				4501 TL- 7000 TL	8.427	.29	.924
	Toplam	302					
Risk Farkındalığı	2800 TL ve altı	54	9.259	2801 TL- 4500 TL	8.571	.57	.834
				4501 TL- 7000 TL	11.068	.38	.056
				7001 TL ve üzeri	10.537	.57	.434
	2801 TL- 4500 TL	63	8.571	2800 TL ve altı	9.259	.60	.834
				4501 TL- 7000 TL	11.068	.38	.001*
				7001 TL ve üzeri	10.537	.57	.078
	4501 TL- 7000 TL	131	11.068	2800 TL ve altı	9.259	.60	.056
				2801 TL- 4500 TL	8.571	.57	.001*
				7001 TL ve üzeri	10.537	.57	.878
	7001 TL ve üzeri	54	10.537	2800 TL ve altı	9.259	.60	.434
				2801 TL- 4500 TL	8.571	.57	.078
				4501 TL- 7000 TL	11.068	.38	.878
	Toplam	302					

* $p < .05$

Tablo 22 incelendiğinde aylık geliri 2801 TL- 4500 TL arasında değişen ebeveynler (N= 63, $\bar{x}$ = 7.190) ile 4501 TL- 7000 TL arasında değişen ebeveynlerin (N=131, $\bar{x}$ =8.427) paylaşım motivasyon düzeyleri bağlamında farklılaştığı görülmektedir (p=0.47). Benzer şekilde aylık geliri 2801 TL- 4500 TL arasında değişen ebeveynler (N= 63, $\bar{x}$ = 7.190) ile 7001 TL ve üzeri aylık gelire sahip olan ebeveynlerin (N=54, $\bar{x}$ = 8.740) paylaşım motivasyon düzeyleri bağlamında farklılaştığı görülmektedir. Buna göre aylık geliri 2801 TL- 4500 TL arasında değişen ebeveynlerin, 4501 TL- 7000 TL arasında değişen ve 7001 TL ve üzerinde aylık gelire sahip ebeveynlere göre daha az paylaşım motivasyonuna sahip olduğu söylenebilir. Test

sonucu hesaplanan etki büyüklüğüne ($\eta^2=.043$) göre bu farklılaşmanın orta düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Ebeveynlerin risk farkındalık düzeylerinin aylık gelir durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelendiğinde ise 2801 TL- 4500 TL arasında aylık gelire sahip ebeveynler ($N=63$, $\bar{x}= 8.571$) ile 4501 TL- 7000 TL arası aylık gelire sahip ebeveynlerin ($N=131$, $\bar{x}=11.068$) risk farkındalık düzeyleri bağlamında farklılaştığı görülmektedir. Buna göre aylık geliri 2801 TL- 4500 TL arasında olan ebeveynlerin 4501 TL- 7000 TL arası aylık gelire sahip ebeveynlere göre risk farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Test sonucu hesaplanan etki büyüklüğü ($\eta^2=.052$) bu farklılaşmanın orta düzeyde olduğunu göstermektedir.

4.3.4. Alt problem: Sharenting ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşma sıklığına göre farklılaşmakta mıdır?

Ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaşma sıklıklarına göre paylaşım motivasyonları ve risk farkındalıklarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla ilişkisiz örneklem için t testi analizi yapılmıştır. Ebeveynlerin paylaşım sıklıkları kişisel bilgi formunda ‘‘Yılda birkaç tane, ayda birkaç tane, haftada birkaç tane ve günde birkaç tane’’ seçenekleriyle ifade edilmiştir. Buna karşılık haftada birkaç tane ($n=18$, %6) ve günde birkaç tane ($n=8$, %2,6) seçenekleri az sayıda işaretlenmesi nedeniyle hücre birleştirme işlemi yapılarak bu hücrelerdeki veriler ‘ayda birkaç tane’ hücresiyle birleştirilmiş ve yeni hücreye ‘sıklıkla’ ismi verilmiştir. Bu nedenle yılda birkaç tane seçeneği anlam bütünlüğü olması için ‘nadiren’ olarak isimlendirilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 23’de paylaşılmıştır.

Tablo 23

Ebeveynlerin paylaşım sıklıklarına göre sharenting alt boyutlarının t testi sonuçları

	Sıklık	N	$\bar{x}$	St. Sapma	t	P
Paylaşım Motivasyonu	Nadiren	168	7.44	2.93	-3.518	.001*
	Sıklıkla	134	8.71	3.28		
Risk Farkındalığı	Nadiren	168	9.88	4.55	-1.048	.295
	Sıklıkla	134	10.43	4.42		

* $p<.05$

Tablo 23 incelendiğinde ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarının, çocuklarının görüntülerini paylaşma sıklıklarına göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ($t=-3.518$, $p=.001$). Buna göre çocuklarının görüntülerini nadiren paylaşan ebeveynlerin, sıklıkla paylaşan ebeveynlere göre paylaşım motivasyonlarının düşük olduğu söylenebilir. Test sonucu elde edilen cohen d etki büyüklüğüne göre ($d=.40$) bu etkinin orta düzeye yakın olduğu görülmektedir. Buna karşılık ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşma sıklığı risk farkındalığını etkilememiştir.



BÖLÜM V

TARTIŞMA VE YORUM

Bu bölümde araştırma sonucunda elde edilen bulgular literatür ışığında tartışılarak yorumlanmıştır. Araştırmanın bulgularında Çalışma-1, Çalışma-2 ve Çalışma-3 sırasının takip edilmesi nedeniyle tartışma ve yorum bölümünde de aynı sıra takip edilmiştir.

5.1. Çalışma-1 Tartışma ve Yorum

Çalışma-1 on üç yaşından küçük çocuğu olan ve aktif sosyal medya hesabı bulunan 10 ebeveynle yürütülen yarı yapılandırılmış nitel görüşmeleri kapsamaktadır. Ebeveynlerin izinleri alınarak kaydedilen ve deşifre edilen görüşmeler tematik analiz ile incelenmiş ve sharenting boyutları paylaşım motivasyonu ve risk farkındalığı olarak belirlenmiştir. Bulgular incelendiğinde paylaşım motivasyonu boyutunda sosyal destek, ebeveynlik deneyimlerinin paylaşımı ve olumlu dönütler kodları öne çıkmıştır. Risk farkındalığı boyutunda ise gelecekte endişe etme, fotoğrafların tehlikeli amaçlar için kullanımı ve tedbir alma öne çıkmıştır.

Sharenting ile ebeveynler sosyal destek mekanizmalarını canlı tutmaktadırlar. Sosyal destek, paylaşım motivasyonlarının incelendiği araştırmalarda (Verswijvel vd., 2019; Latipah vd., 2020) öne çıkan bir unsurdur. Ebeveynler özellikle de yeni anneler çocuk sahibi olmanın zorluklarıyla baş ederken sosyal desteğe ihtiyaç duymakta ve sharenting bu yolda araç olarak kullanılmaktadırlar (Fox ve Hoy, 2019; Archer ve Kao, 2018). Livingstone vd., (2018) göre ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşmalarının ana motivasyon kaynaklarından biri de aile ve arkadaşlarla iletişim halinde kalma arzusudur. Bu bağlamda paylaşım motivasyonları alt boyutunda sosyal destek ögesinin öne çıkmasının literatür ile uyumlu olduğu görülmektedir. Sharenting motivasyonlarından bir diğeri de iyi ebeveynlik rollerinin sergilenmek istenmesidir (Damkjaer, 2018; Le Moignan vd., 2017). Benzer şekilde, Fox ve Hoy (2019) ebeveynlerin iyi bir ebeveyn olduklarını sergileme çabalarının sharenting davranışlarını yönlendirdiğini ifade etmişlerdir. Dolayısıyla ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarını alt boyutunda ebeveynlik deneyimlerini paylaşma ögesinin öne çıkmasının da literatür ile uyumlu olduğu görülmektedir.

Literatür incelendiğinde ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarında öne çıkan olguların sosyal medya kullanım motivasyonlarına benzer olması dikkat çekicidir. Örneğin; Whiting ve Williams (2013), sosyal medya kullanıcılarıyla gerçekleştirdikleri nitel görüşmeler sonucunda sosyal etkileşim, bilgi arama ve paylaşma olgularına vurgu yapmışlardır. Kullanıcılar sosyal medyayı, sosyal etkileşim alanı olarak görmekte ve bilgi alma-paylaşma süreçlerinde aktif olarak kullanmaktadırlar (Lin vd., 2017). Sosyal etkileşim, paylaşım motivasyonları boyutunda öne çıkan sosyal desteğe karşılık gelirken bilgi alma-paylaşma motivasyonu ise ebeveynlerin sharenting uygulamalarında ebeveynlik deneyimlerini diğerleriyle paylaşma noktasında ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla sharenting davranışını sosyal medya kullanım motivasyonları ve alışkanlıklarından bağımsız değerlendirmek bütüne bakmayı zorlaştırabilir.

Araştırmanın nitel bulguları ebeveynlerin çocuklarının görüntülerinin paylaşılması sonucunda bir dizi riskle karşılaşabilecekleri konusunda endişeli olduklarını göstermektedir. Literatür incelendiğinde benzer sonuçlara ulaşmak mümkündür. Örneğin; bir araştırmada ebeveynlerin sharenting davranışının olası riskleri konusunda endişeli olduğu fakat bilgi ve farkındalık düzeylerinin düşük olduğu ortaya çıkmıştır (Manotipya ve Ghazinour, 2020). Buna karşılık başka bir araştırmada ise çocuğun mahremiyeti göz önüne alındığında ebeveynlerin, çocuklarının görüntülerini paylaşmalarını riskli görmeyenlerin oranı %72 olduğu görülmüştür (Kopecky vd., 2020). Ebeveynlerin gelecekte duydukları endişe, genellikle çocukların büyüdüklerinde paylaşılan fotoğraflara ilişkin verecekleri estetiği merkeze alan tepkilerini içerse de ebeveynleri gelecekte daha büyük problemler bekliyor olabilir. Örneğin; büyüdüklerinde, çocukken kendilerine ilişkin ebeveynlerinin paylaşımlarını şikâyet eden çocukları içeren bir dizi hukuki vaka ile karşılaşmıştır (Gültekin, 2018). Dahası bulgularda öne çıktığı üzere çocukların görüntülerinin paylaşılması sonucunda karşılaşılacak en büyük tehlikelerden biri fotoğrafların kötü niyetli insanların eline geçmesidir. Son yıllarda çocuk fotoğrafların pornografi ve dijital kaçırma eylemlerinde kullanıldığına dair bulgular araştırmalarda yer almaktadır (Ulferts, 2020).

Ebeveynlerin bu riskler hakkında bilgi sahibi oldukları aldıkları tedbirlerden anlaşılabilir. Katılımcıların öne çıkan tedbirleri; yakınların paylaşımlarını sınırlama ve çocuğun kılık kıyafetine dikkat etme şeklinde öne çıkmıştır. Aslan ve Durmuş (2020), çocukların görüntülerini ebeveynleri dışında yakın çevrelerinin de paylaştıklarını ortaya koymuşlardır. Bu durum akıllara sosyal psikolojideki bireycilik-toplulukçuluk

kavramlarını getirmektedir. Bireycilik; bireyler arasındaki bağların zayıf olduğunu ifade ederken toplulukçuluk; bireylerin doğuştan itibaren güçlü ve sıkı gruplara bağlılığı ifade eder (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: 322). Türkiye’de toplulukçu kültürün hâkim olduğu varsayıldığında başkalarının çocuklarının görüntülerini kendi sosyal medya hesaplarında paylaşan bireylerin varlığı şaşırtıcı değildir. Nitel bulgular ebeveynlerin bu paylaşımları sınırlamaya çalıştıklarını göstermektedir.

5.2. Çalışma-2 Tartışma ve Yorum

Çalışma-2 bütünüyle sharenting ölçeğinin geliştirilmesini kapsamaktadır. Sharenting ölçeğinin alt boyutları paylaşım motivasyonu ve risk farkındalığı cronbach alfa iç tutarlık katsayıları sırasıyla .759 ve .751 olarak tespit edilmiştir. Her iki boyutta yer alan maddelerin faktör yüklerinin sırasıyla .580-.794 ve .598-.830 arasında değiştiği gözlenmiştir. Faktörler toplam varyansın %56.049’unu açıklamıştır. Ölçeğin toplam 9 maddelik ve 2 faktörlük yapısı DFA ile doğrulanmıştır. Ölçek 5’li Likert tipi (1: Bana hiç uygun değil, 2: Bana kısmen uygun, 3: Bana orta derecede uygun, 4: Bana yüksek derecede uygun, 5: Bana tamamen uygun) şeklinde organize edilmiştir. Paylaşım motivasyonu boyutundan alınan yüksek puan ebeveynlerin motivasyon düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya koyarken risk farkındalığı boyutundan yüksek puan almak ebeveynlerin risk farkındalıklarının düşük olduğunu göstermektedir. Ölçek toplam puan vermemektedir. Bu bağlamda elde edilen bulgular sharenting ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Literatür incelendiğinde sharenting davranışlarını ölçen bir ölçme aracının bulunmadığını gözlenmiştir. Buna karşılık araştırmalarda genellikle anket ve kişisel bilgi formlarının kullanıldığı görülmektedir (bkz. Tablo-1). Sharenting en nihayetinde dijital dünyada ve sosyal medyada meydana gelen bir davranıştır. Bu nedenle yetişkinler için geliştirilmiş sosyal medya bağımlılık ölçekleri ve dijital ebeveynlik ölçekleri sharenting ölçeğiyle benzerlikler gösterebilir. Örneğin; Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (yetişkin formu) sanal tolerans ve sanal iletişim olmak iki boyutta yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını incelemektedirler. Özellikle sanal iletişim alt boyutu yetişkinlerin sosyal etkileşim odaklı sosyal medyayı sık kullanmalarını ele alması itibarıyla sharenting ölçeğinin paylaşım motivasyonu boyutu ile benzerlik kurulabilir. Nitekim alt boyutlar arası korelasyon katsayısı ($r=.435$) bu ilişkiyi ortaya koymaktadır (bkz. Tablo-12). Bununla

birlikte İnan-Kaya ve diğerlerinin (2018) Türkçeye uyarladıkları Dijital Ebeveynlik Tutum Ölçeği alt boyutları incelendiğinde ebeveynlerin dijital medyayı etkili kullanma ve dijital medyanın risklerinden koruma düzeylerinin ölçüldüğü görülmektedir. Dijital medyanın risklerinden koruma boyutu ile sharenting ölçeği alt boyutlarından risk farkındalığı alt boyutları arasında benzerlik kurulabilir.

Özetle sharenting ölçeğinin özgün yapısıyla literatüre önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

5.3. Çalışma-3 Tartışma ve Yorum

Çalışma-3 ebeveynlerin cinsiyetlerine, aylık gelir durumlarına, eğitim düzeylerine ve paylaşım sıklıklarına göre sharenting davranışlarının farklılaşp farklılaşmadığını incelemeyi kapsamaktadır. Bulgular sırasıyla literatür ışığında tartışılmıştır.

5.3.1. Sharenting davranışının ebeveynlerin cinsiyetine göre değişiminin tartışılması ve yorumlanması

Bulgular incelendiğinde sharenting davranışının ebeveynlerin cinsiyetlerine göre farklılaşmadığı görülmektedir. Türkiye’de yapılan bir araştırma annelerin %69,8’inin babaların ise %50,8’inin çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaştıklarını göstermektedir. Bununla birlikte çocukların görüntülerinin sosyal medyada paylaşılmasının mahremiyet ihlali olduğunu düşünen babaların oranı %69,8 iken annelerin oranı ise %62,2’dir (Akpınar vd., 2020). Ebeveynlerin sosyal medya hesaplarının incelenerek elde edilen bir başka bulguya göre ise paylaşılan 198 çocuk resminin 157’sini anneler, 41’ini babalar paylaşmışlardır (Udenze ve Bode, 2020). Ammari vd. (2015) göre annelerin çocukların görüntülerini babalara kıyasla daha fazla paylaşırlar ve paylaşımların mahremiyet ihlali yarattığı konusunda daha az endişelidirler. Benzer şekilde babaların annelere kıyasla paylaşımlarında daha kısıtlayıcı oldukları görülmüştür (Choi ve Lewallen, 2017). Tüm bu bulgular ışığında literatür incelendiğinde sharenting davranışının hem anne hemde babalar arasında yaygın bir uygulama olduğunu gösterse de annelerin daha fazla sayıda ve sıklıkta paylaşım yaptığını söylemek mümkündür. Nitekim araştırmaya katılım kriteri olarak ebeveynin çocuğunun görüntülerini bugüne kadar paylaşmış olması belirlenmiştir. Bu nedenle çalışma gruplarında babaların oranı annelere göre düşük kalmıştır.

Bununla birlikte ebeveynlerin sosyal medya kullanım düzeyleri sharenting davranışlarının yorumlanmasına ışık tutabilir. Örneğin; anne-babalar arasında sosyal medya kullanım düzeylerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmeyen araştırmalar mevcuttur (Liman, 2020). Buna karşılık bazı araştırmalar ise erkeklerin sosyal medyada kadınlardan daha fazla vakit geçirdiklerini ortaya koymuşlardır (Uslu, 2016; Aksoy, 2019; Güteryüz vd., 2020). Bu durumda sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve amaçları öne çıkabilir. Babaların sosyal medyada daha fazla vakit harcadıkları söylene de annelerin sosyal medyada daha çok aile ve çocuk paylaşımları ile var oldukları söylenebilir. Bu araştırmada ise anne ve babaların paylaşım motivasyonları ve risk farkındalıkları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

5.3.2. Sharenting davranışının ebeveynlerin eğitim düzeylerine göre değişiminin tartışılması ve yorumlanması

Ebeveynlerin eğitim düzeylerinin ise sharenting alt boyutlarında anlamlı bir değişime neden olduğu görülmüştür. Buna göre üniversite mezunu ebeveynlerin, ilköğretim ve ortaöğretim mezunu ebeveynlere göre paylaşım motivasyonları anlamlı bir şekilde daha yüksek iken risk farkındalıkları ise anlamlı bir şekilde daha düşük çıkmıştır.

Üniversite mezunu ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarının yüksek çıkması sosyal medya kullanımları ile açıklanabilir. Sosyal medya kullanımlarının incelendiği araştırmalarda eğitim düzeyi yüksek bireylerin diğer bireylere göre daha uzun süre sosyal medya kullandıkları tespit edilmiştir (Liman, 2020; Güteryüz vd., 2020; Hruska ve Maresova, 2020). Bu durum üniversite mezunu ebeveynlerin çalışma şartlarıyla birlikte değerlendirilebilir. Örneğin; çalışma koşulları nispeten daha iyi olan bir üniversite mezunu ebeveyn sosyal medyada daha fazla zaman geçirebilirken zorlu koşullarda çalışan ilkokul mezunu bir ebeveyn günlük hayatında sosyal medyaya yer vermeyebilir. Bu durum ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarını da etkilemiş olabilir. Bununla birlikte Manap ve Durmuş (2020) üniversite mezunu ebeveynlerin diğer ebeveynlere göre dijital ebeveynlik alt boyutlarından olan olumsuz model olma boyutundan daha yüksek puanlar aldıklarını tespit etmişlerdir. Söz konusu ebeveynlerden yüksek eğitim düzeyleri nedeniyle daha iyi model olmaları beklenirken diğer ebeveynlere göre olumsuz model oldukları görülmektedir. Dolayısıyla üniversite

mezunu ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarının diğer eğitim düzeyindeki ebeveynlere göre daha yüksek çıkmasının literatür ile uyumlu olduğunu söylemek mümkündür.

Barnes ve Potter'a (2020) göre çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaşmayı daha az riskli görmeye eğilimli ebeveynlerin %82'si sosyal medyanın gizlilik ayarlarını kullanırken paylaşımları daha fazla riskli gören ebeveynlerin ise %70'inin gizlilik ayarlarını kullanmışlardır. Buna göre ebeveynler sosyal medyada aldıkları tedbirlerle çocuklarını koruduklarını düşündükleri söylenebilir. Dijital dünya ve sosyal medyadaki benzer tedbirleri almak için bazı temel dijital becerilere sahip olmak gerekmektedir. Üniversite mezunu ebeveynlerin risk farkındalıklarının diğer ebeveynlere düşük olması iyi dijital becerilere sahip olmalarıyla ve bu sayede aldıkları tedbirlere güvenmeleriyle açıklanabilir. Bu ebeveynler kullandıkları sosyal medya hesaplarının gizlilik ayarlarını bilir ve kullanırlar. Ayrıca üniversite mezunu ebeveynler çocuklarının görüntülerini paylaşırken duyarlı davrandıklarını ve bu sayede risklerden uzak kaldıklarını düşünebilirler. Oysa sosyal medyada çocuğun mahremiyetini ihlal etmek için mutlaka giyinik olmayan fotoğrafların paylaşılması gerekmez. Bazen problem olarak görülmeyen tek bir fotoğraf ebeveynlerin kontrolleri dışına çıkabilir.

5.3.3 Sharenting davranışının ebeveynlerin aylık gelir durumlarına göre değişiminin tartışılması ve yorumlanması

Ebeveynlerin gelir durumlarına göre paylaşım motivasyonları incelendiğinde ise aylık gelir düzeyi 2801 TL- 4500 TL arasında olan ebeveynlerin aylık geliri 4501 TL- 7000 TL ve 7001 TL ve üzerinde aylık geliri olan ebeveynlere göre paylaşım motivasyonları anlamlı bir şekilde daha düşük olduğu görülmüştür. Buna karşılık aylık gelir durumu 2801 TL- 4500 TL arasında olan ebeveynlerin risk farkındalıkları 4501 TL- 7000 TL arasında olan ebeveynlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Araştırma bulgularında gelir durumu yüksek ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarının diğer ebeveynlere göre daha yüksek ve risk farkındalıklarının daha düşük olduğu dikkat çekmektedir. Bu bulgu üzerinde gelir durumu yüksek ebeveynlerin internet erişim imkanları etkili olmuş olabilir. Nitekim bir araştırmaya göre internet erişimi olan hanelerin geliri internet erişimi olmayan hanelerin gelirinin neredeyse iki katıdır (Anıl ve Köksal, 2016). Bununla birlikte gelir durumu yüksek olan hanelerde birden fazla akıllı telefon veya bilgisayar gibi ebeveynlerin sharenting paylaşımlarını kolaylaştıran etkenlerin varlığından söz edilebilir. Dahası hane geliri ebeveynlerin

sosyal medyada geçirdikleri süreyi arttırmaktadır. Yüksek hane gelirine sahip olan ebeveynler sosyal medyada daha fazla zaman geçirmektedirler (Hruska ve Maresova, 2020). Bu durum yüksek hane gelirine sahip ebeveynlerin gün içerisinde sosyal medyaya ayırdıkları zamanında yüksek olduğunu akıllara getirmektedir. Risk farkındalığı boyutunda ise benzer şekilde yüksek gelire sahip ebeveynlerin düşük gelirli ebeveynlere göre farkındalıklarının düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Yüksek gelirli ailelerin teknoloji ve dijital dünya ile daha yoğun ilişki içerisinde olmaları dijital becerilerini geliştirmiş olabilir. Bu becerilerin ebeveynlere güven verdiği düşünülmektedir (Barnes ve Potter, 2020).

5.3.4. Sharenting davranışının ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşım sıklığına göre değişiminin tartışılması ve yorumlanması

Ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarının ve risk farkındalıklarının çocuklarının görüntülerini paylaşma sıklığına göre değişim gösterip göstermediği incelendiğinde nadiren paylaşım yapan ebeveynlerin sıklıkla paylaşım yapan ebeveynlere göre paylaşım motivasyonlarının anlamlı bir şekilde daha düşük olduğu görülmüştür. Buna karşılık ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşım sıklığı risk farkındalıklarını etkilememiştir.

Çocukların görüntülerini paylaşma sıklığının paylaşım motivasyonları üzerindeki etkisi anlaşılabilir bir etkidir. Ebeveynlerin sosyal medyada kendileriyle ilgili paylaşım sıklığı arttıkça çocuklarını da paylaşma sıklığı artmaktadır (Ranzini, vd., 2020). Dolayısıyla sharenting ebeveynlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve süreleriyle doğrudan ilişkili bir uygulamadır. Bireylerin sosyal medya kullanım süresi ile ruh sağlığından çalışma ve aile hayatlarına kadar birçok alanla ilişkili sayısız araştırma yapılmıştır. Sosyal medyada harcanan süre problemli davranışlara maruz kalma ve bu davranışları sergileme riskini artırabilir. Örneğin; siber zorbalık sosyal medya üzerinden halka açık bir şekilde dijital dünyada karşılaşılan problemli davranışlardan yalnızca birisidir. Sosyal medyada harcanan sürenin siber zorbalığa maruz kalma ihtimalini güçlendirdiği söylenebilir (Whittaker, ve Kowalski, 2015).

Ebeveynlerin paylaşımlarının sıklığı sosyal medya kullanım süreleri ve sharenting motivasyon düzeyleriyle ilişkilidir. Buna karşılık paylaşım sıklığı üzerinde etkili olabilecek bir diğer değişken internet arabuluculuk stratejileridir. Nitekim çocuklarının internet ile ilişkilerinde kısıtlayıcı arabuluculuk stratejilerini uygulayan

ebeveynlerin çocuklarına dair sosyal medyada daha az paylaşım yaptıkları tespit edilmiştir (Garmendia vd., 2021).

Ebeveynlerin risk farkındalıklarının, çocuklarının görüntülerini paylaşım sıklıklarına göre farklılaşmaması dikkat çekicidir. Diğer bir deyişle sık paylaşım yapan ebeveynler ile nadiren paylaşım yapan ebeveynlerin risk farkındalıkları benzerdir. Paylaşım sıklığı ebeveynlerin bugün ve gelecekteki karşılaşılabilecekleri riskleri artırabilir.



BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuç

Bu araştırmanın amacı karma yöntem, keşfedici sıralı desen modeli ile sharenting boyutlarını ortaya koymak, ebeveynlerin sharenting davranışlarını inceleyecek bir ölçme aracını geliştirmek ve çeşitli değişkenler açısından ebeveynlerin sharenting davranışlarını incelemektir.

Bu bağlamda araştırma üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada (çalışma-1) ebeveynlerle nitel görüşmeler yapılarak sharenting davranışının boyutları ortaya çıkartılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler tematik analizle incelenmiş ve sharenting boyutları paylaşım motivasyonu ve risk farkındalığı olarak isimlendirilmiştir. Paylaşım motivasyonu boyutunda ebeveynlerin sosyal destek elde etme, ebeveynlik deneyimlerini paylaşma, olumlu dönütler alma ve hatıra-arşiv bırakma öne çıkmıştır. Sosyal destek ebeveynlerin sadece sharenting değil aynı zamanda genel sosyal medya kullanımlarını da motive eden bir unsurdur. Sosyal desteği canlı tutmak için ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarının görüntülerini paylaştıkları görülmüştür. Benzer şekilde iyi bir ebeveyn olduğunu göstermek için ebeveynlik deneyimlerini paylaşma sharenting motivasyonlarını destekleyen diğer bir unsurdur. Risk farkındalığı boyutunda ise gelecekte endişe etme, tehlikeli amaçlar için kullanım, tedbir alma ve çocuğun onayı öne çıkmıştır. Ebeveynlerin çocuklarının görüntülerinin paylaşmaları karşılığında gelecekte bir dizi riskle karşı karşıya olabileceklerine dair farkındalıkları olduğu görülmektedir. Bu nedenle ebeveynlerin bir dizi tedbir almaya eğilimli oldukları görülmüştür. Çocuğun onayı ise en çok paylaşımları yapılan yaş grubunun 0-13 olması nedeniyle tartışmalıdır.

Çalışma-2 de nitel verilerden elde edilen bulgular, literatür taraması ve uzman görüşleri neticesinde madde havuzu oluşturulmuştur. Sharenting ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik analizleri yapılarak paylaşım motivasyonu ve risk farkındalığı olmak üzere 2 alt boyuttan oluşan toplamda 9 maddelik sharenting ölçeği elde edilmiştir.

Çalışma-3 de ise sharentingin ebeveynlerin demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Sonuçlara göre anne ve babaların paylaşım motivasyonu ve risk farkındalıkları anlamlı bir şekilde farklılaşmamıştır. Araştırmaya katılım kriteri olarak bugüne kadar çocukların görüntülerini en az 1 kez sosyal medyada paylaşmak belirlenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan ebeveynler sharentingi bilen ve deneyimlenen kişilerdir. Paylaşım yapan anne ve babalar arasında paylaşım motivasyonu ve risk farkındalıkları bağlamında anlamlı bir ortaya çıkmamıştır.

Bununla birlikte üniversite mezunu ebeveynlerin, ilköğretim ve ortaöğretim mezunu ebeveynlere göre paylaşım motivasyonları anlamlı bir şekilde daha yüksek iken risk farkındalıkları ise anlamlı bir şekilde daha düşük çıkmıştır. Üniversite mezunu ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarının yüksek olması teknolojik araçlara erişimleriyle açıklanabilir. Benzer şekilde üniversite mezunu ebeveynlerin risk farkındalıklarının düşük olması dijital becerileri sayesinde aldıkları tedbirlere güvenmeleriyle açıklanabilir.

Ebeveynlerin gelir durumlarına göre paylaşım motivasyonları incelendiğinde ise aylık gelir düzeyi 2801 TL- 4500 TL arasında olan ebeveynlerin aylık geliri 4501 TL- 7000 TL ve 7001 TL ve üzerinde aylık geliri olan ebeveynlere göre paylaşım motivasyonları anlamlı bir şekilde daha düşük olduğu görülmüştür. Buna karşılık aylık gelir durumu 2801 TL- 4500 TL arasında olan ebeveynlerin risk farkındalıkları 4501 TL- 7000 TL arasında olan ebeveynlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Gelir durumu sharenting için gerekli olan internet ve teknolojik araçlara erişim için ön şarttır. Bu nedenle gelir durumu düşük ebeveynlerin ilgili araçlara erişimde problem yaşamaları sharenting motivasyonlarının da düşük olmalarına neden olmuş olabilir. Bununla birlikte gelir durumu düşük ebeveynlerin risk farkındalıklarının yüksek olması şaşırtıcıdır. Bu durum gelir durumu yüksek ebeveynlerin dijital becerilerine ve aldıkları tedbirlere güvendikleriyle açıklanabilir.

Ebeveynlerin paylaşım motivasyonları ve risk farkındalıklarının çocuklarının görüntülerini paylaşma sıklığına göre değişim gösterip göstermediği incelendiğinde yılda birkaç tane paylaşım yapan ebeveynlerin ayda birkaç tane paylaşım yapan ebeveynlere göre paylaşım motivasyonlarının anlamlı bir şekilde daha düşük olduğu görülmüştür. Nitekim bir davranışa ilişkin yüksek motivasyonun davranışın gösterilme sıklığını da artırması beklenir. Buna karşılık ebeveynlerin çocuklarının görüntülerini paylaşım sıklığı risk farkındalıklarını etkilememiştir. Mahremiyet ihlali bazen yalnızca

bir paylaşım ile gerçekleşebilir. Sosyal medyada kamuya açık paylaşılan ilk görüntü ebeveynin ve çocuğun karşısına problem olarak çıkabilir. Bu nedenle paylaşım sıklığı risk farkındalıkları bağlamında bir fark yaratmamış olabilir.

6.2. Öneriler

Bu araştırmanın bulgularından hareketle araştırmacılara ve uygulayıcılara önerilerde bulunulmuştur. Araştırmacılara yönelik öneriler;

1. Bu çalışmada sharenting boyutları paylaşım motivasyonu ve risk farkındalığı olarak ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar ebeveynlerin paylaşımlarını motive eden unsurlara ve risk farkındalıklarına dair daha geniş kapsamlı çalışmalar planlayabilir.
2. Bu çalışmada karma yöntem keşfedici sıralı desen ile geçerli ve güvenilir iki faktörlü toplam dokuz maddeden oluşan sharenting ölçeği literatüre kazandırılmıştır. Ebeveynlerin sharenting tutumlarını farklı boyutlarıyla birlikte araştırılmasına olanak tanıyacak olan yeni ölçme araçları geliştirilebilir.
3. Bu çalışmada anne-babaların paylaşım motivasyonu ve risk farkındalıkları anlamlı düzeyde farklılaşmamıştır. Ebeveynlerin cinsiyetlerine göre sharenting davranışlarının farklılaşıp farklılaşmadığı ilgili ebeveynlerin sosyal medya hesapları incelenerek araştırılabilir.
4. Bu çalışmada üniversite mezunu ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarının diğer ebeveynlere göre daha yüksek ve risk farkındalıklarının daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle ebeveynlerin dijital medya okuryazarlığı ve dijital becerilerinin sharentingi nasıl etkilediği araştırılabilir.
5. Bu çalışmada gelir düzeyi yüksek ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarının da yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle internet ve teknolojik araçlara erişimin sharentingi nasıl etkilediği araştırılabilir.
6. Bu çalışmada paylaşım sıklığının ebeveynlerin risk farkındalıklarını etkilemediği ortaya çıkmıştır. Bu nedenle yeni çalışmalarda paylaşım sıklığının yanında paylaşım içeriklerine de odaklanılabilir.

Uygulayıcılara yönelik öneriler;

1. Ebeveynlere paylaşım motivasyon unsurlarından olan ihtiyaç duydukları sosyal destek mekanizmaları halk eğitim merkezleri veya belediyeler tarafından gündelik hayatlarında sağlanmalıdır.
2. Okul psikolojik danışmanları ebeveynlere grup rehberliği, psikoeğitim ve psikodrama gibi yollarla ebeveynlik deneyimlerini gündelik hayatta diğer ebeveynlerle sharenting olmadan paylaşımlarını imkân tanıyacak çalışmalar düzenlemelidirler.
3. Okul psikolojik danışmanları ebeveynleri sharentingin riskleri konusunda konferans, seminer vb. etkinliklerle bilgilendirmeleri gerekmektedir.
4. Ebeveynlerin dijital dünyaya uyum sağlamaları için dijital becerilerini arttırmaya yönelik eğitimler planlanmalıdır.
5. Dijital ebeveynlik eğitim programlarında sharentinge ve risklerine yönelik içeriklere de yer verilebilir.

KAYNAKLAR

- Akbaş, U., Aydoğdu, Ş., & Büyüköztürk, Ş. (2020). Farklı ortamlarda uygulanan likert tipi ölçek ile metrik ölçeğin psikometrik özelliklerinin incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 35(1), 222-242. doi: 10.16986/HUJE.2019050088
- Akdi, M. (2016). Ana-Babanın çocuğun fotoğraf ve görüntülerinin sosyal medyada yayınlanmasından doğan sorumluluğu. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 22(3), 123-144.
- Akgül, A. (2016). Kişisel verilerin korunmasında yeni bir hak: “unutulma hakkı” ve AB Adalet Divanı’nın “Google kararı”. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 116, 11-38.
- Akmehmet-Şekerler, S. (2017). Nitel veri toplama teknikleri-derinlemesine görüşme, F.N. Seggie ve Y. Bayyurt (Editörler). *Nitel Araştırma Yöntem, Teknik Analiz ve Yaklaşımları*. Ankara: Anı Yayıncılık. ss. 186-201.
- Akpınar, B. S., Paylan, N., Etlik, Ş., & Karakoç, H. “Sharenting” konusunda ebeveynlerin farkındalık düzeyleri. *Genel Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(2), 8-18.
- Aksoy, Ö. N. (2019). Sosyal medya kullanım alışkanlıkları Balıkesir örneği. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 9-24.
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Aktaş, G. (2019). Günümüz toplumlarında anneliğin değişen biçimlerini sosyal medya kullanıcıları üzerinden değerlendirmek. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 36(2), 253-271. doi:10.32600/huefd.441402
- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M., and Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *The Educational and Developmental Psychologist*, 31(1), 18-31.
- Altıntaş, A. (2020). *Lise öğrencilerinin problemli internet kullanımının duygusal zekâ ve yaşam doyumu açısından incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

- Altun, D. (2019). An investigation of preschool children'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., and Schoenebeck, S. (2015, April). Managing children's online identities: How parents decide what to disclose about their children online. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1895-1904).
- Ammari, T. and S. Schoenebeck. 2015. Understanding and Supporting Fathers and Fatherhood on Social Media Sites. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI'15)*, ACM Press, New York, (s. 1905–1914).
- Anıl, B., & Köksal, E. (2016). Türkiye'de interneti kimler, ne için kullanıyor?. *Marmara University Journal of Economic & Administrative Sciences*, 38(1), 1-13.
- Archer, C. (2019). How influencer 'mumpreneur' bloggers and 'everyday' mums frame presenting their children online. *Media International Australia*, 170(1), 47–56. <https://doi.org/10.1177/1329878X19828365>
- Archer, C., & 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. <https://doi.org/10.1177/1329878X18783016>
- Aronson, E., Wilson, T. D., and Akert, R. M., 2012. *Sosyal psikoloji*. (O. Gündüz, Çev.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Asiodu, I. V., Waters, C. M., Dailey, D. E., Lee, K. A., & Lyndon, A. (2015). Breastfeeding and use of social media among first-time African American mothers. *Journal of Obstetric, Gynecologic, and Neonatal Nursing: JOGNN*, 44(2), 268–278. <https://doi.org/10.1111/1552-6909.12552>
- 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., and 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. doi:10.22381/JRG S9220193
- Aydın-Çakır, A. ve Türkeş-Kılıç, S. (2021). Bilimsel Çalışmalarda Karma Yöntem Nasıl Kullanılır?. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, 1-15.
- Barkuş, F., ve Koç, M. (2019). Dijital mahremiyet kavramı ve ilgili çalışmalar üzerine bir derleme. *Bilim Eğitim Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 3(1), 35-44.
- Barnes, R., & Potter, A. (2021). Sharenting and parents' digital literacy: an agenda for future research. *Communication Research and Practice*, 7(1), 6–20. <https://doi.org/10.1080/22041451.2020.1847819>
- Bartholomew, M. K., Schoppe-Sullivan, S. J., Glassman, M., Kamp Dush, C. M., & Sullivan, J. M. (2012). New Parents' Facebook Use at the Transition to Parenthood. *Family Relations*, 61(3), 455–469. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3729.2012.00708.x>
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Başıoğlu, R. (2020). Annelerin sosyal medya kullanımı ve Instagramda olan popüler anneler. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 7(1), 857-873.
- Baştemur, Ş., Borucu, D. H., & Bulut, S. (2021). Ebeveynlerin Çocuklarının Fotoğrafını Sosyal Medyada Paylaşmasının (Sharenting) Psikolojik Sonuçları: Bir Sharenting Olgu İncelemesi. *Türk J Child Adolesc Ment Health*, 28(2), 166-173.
- Blum-Ross, A., & Livingstone, S. (2017). “Sharenting,” parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110.
- Bornstein, M. (2012), “Cultural approaches to parenting”, Parenting, Vol. 12/2-3, pp. 212-221, <http://dx.doi.org/10.1080/15295192.2012.683359>.

- Bornstein, M.H. (2007). Parenting Science and Practice. In *Handbook of Child Psychology* (eds W. Damon, R.M. Lerner, K.A. Renninger and I.E. Siegel). <https://doi.org/10.1002/9780470147658.chpsy0422>
- Bostan, E., Kocaman, G., ve Altınok, B. (2017). Gözetim topluluğu bağlamında sosyal medya ve instagram anneleri. *Route Educational and Social Science Journal*, 4(7), 313-321.
- Bostancı, M. (2019). Dijital Ebeveynlerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı. *Online Academic Journal of Information Technology*, 10(38), 115-128.
- Braun, V. ve Clarke, V. (2019). Psikolojide tematik analizin kullanımı. S. N. Şad, N. Özer ve A. Atli (Çevirenler). *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi – Journal of Qualitative Research in Education*, 7(2), 873-898. doi: 10.14689/issn.2148-2624.1.7c.2s.17m
- Bray, R. and A. Dawes (2016), “Parenting, family care and adolescence in East and Southern Africa: An evidence-focused literature review”, *Innocenti Discussion Paper*, Vol. 2016-02, pp. 1-74, <https://www.unicef-irc.org/publications/856-parenting-family-care-andadolescence-in-east-and-southern-africa-an-evidence-focused.html> (accessed on 25 March 2020).
- Bretherton, I. (1992). The origins of attachment theory: John Bowlby and Mary Ainsworth. *Developmental psychology*, 28(5), 759-775.
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the internet: sharenting as a growing trend among parents on facebook. *The New Educational Review*, 43(1), 225–235. <https://doi.org/10.15804/tner.2016.43.1.19>
- Brosch, A. (2018). Sharenting – Why do parents violate their children’s privacy? *New Educational Review*, 54(4), 75-85. doi:10.15804/tner.2018.54.4.06
- Buchanan, R., Southgate, E., & Smith, S. P. (2019). ‘The whole world’s watching really’: Parental and educator perspectives on managing children’s digital lives. *Global Studies of Childhood*, 9(2), 167-180.
- Buchanan, R., Southgate, E., & Smith, S. P. (2019). ‘The whole world’s watching really’: Parental and educator perspectives on managing children’s digital lives. *Global Studies of Childhood*, 9(2), 167–180.

- Bunn, A. (2021). Unwanted Distribution of Children's Images and the Right to Development. *The Modern Law Review*, 84(2), 334–370.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Campana, M., van den Bossche, A., & Miller, B. (2020). #dadtribe: Performing Sharenting Labour to Commercialise Involved Fatherhood. *Journal of Macromarketing*, 40(4), 475–491. <https://doi.org/10.1177/0276146720933334>
- Canoğulları-Ayazseven, Ö., Cenkseven-Önder, F. (2019). Genelleştirilmiş problemli internet kullanım ölçeği 2'nin Türkçe' ye uyarlama çalışması. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1540-1565. doi: 10.26466/opus.529016
- Cebecioğlu, G., ve Altıparmak, İ. B. (2017). Dijital şiddet: sosyal paylaşım ağları üzerine bir araştırma. *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 423-431.
- Chalklen, C., & Anderson, H. (2017). Mothering on Facebook: Exploring the Privacy/Openness Paradox. *Social Media + Society*, 3(2),
- Choi, G. Y., & Lewallen, J. (2018). “Say Instagram, Kids!”: Examining Sharenting and Children's Digital Representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*, 29(2), 144–164. <https://doi.org/10.1080/10646175.2017.1327380>
- Cino, D., Demozzi, S., & 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.
- Cino, D., ve Vandini, C. D. (2020). “Why does a teacher feel the need to post my kid?”: Parents and teachers constructing morally acceptable boundaries of children’s social media presence. *International Journal of Communication*, 14, 1153-1172.
- Collins Dictionary (2015). 5 Ağustos 2020 tarihinde <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/sharenting> adresinden erişildi.
- Cresswell, J. W. (2020). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni (Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches)*. (Çev. Edit.: M. Bütün ve S. B. Demir, 5.Baskı). Ankara: Siyasal.

- Creswell, J. W., and Plano-Clark, V. L. (2018). *Karma yöntem araştırmaları tasarım ve yürütülmesi*. (Çev. Y. Dede ve S. B. Demir, 3. Baskı). Anı Yayıncılık: Ankara.
- Creswell, W.J. (2019). *Karma yöntem araştırmalarına giriş* (2. baskı). (M. Sözbilir, Çev.) Ankara: Pegem Akademi.
- Çelik, H., Başer Baykal, N. ve Kılıç Memur, H. N. (2020). Nitel veri analizi ve temel ilkeleri. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi – Journal of Qualitative Research in Education*, 8(1), 379-406. doi:10.14689/issn.2148-2624.1.8c.1s.16m
- Çimke, S., Gürkan, D. Y., ve Polat, S. (2018). Sosyal medyada çocuk hakkı ihlali: Sharenting. *Child Rights Neglect in Social Media: Sharenting.*, 16(2), 261-267.
- Damkjaer, Maja Sonne (2018). Sharenting = Good Parenting? Four Parental Approaches to Sharenting on Facebook p. 209-218 in Giovanna Mascheroni, Cristina Ponte & Ana Jorge (eds.) *Digital Parenting. The Challenges for Families in the Digital Age*. Göteborg: Nordicom.
- Digital 2020: Turkey – Global Digital Insights. (2020). <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey> adresinden 31 Temmuz 2020 tarihinde erişildi.
- Doan, S. N., Tardif, T., Miller, A., Olson, S., Kessler, D., Felt, B., & Wang, L. (2017). Consequences of ‘tiger’parenting: A cross-cultural study of maternal psychological control and children's cortisol stress response. *Developmental Science*, 20(3), e12404.
- Doepke, M. and F. Zilibotti (2014), “Parenting with Style: Altruism and Paternalism in Intergenerational Preference Transmission”, *Econometrica, Econometric Society*, Vol. 85, pp. 1331-1371, <http://dx.doi.org/10.3386/w20214>.
- Donovan, S. (2020). ‘Sharenting’: The Forgotten Children of the GDPR. *Peace Human Rights Governance*, 4(1).
- Dursun, C. (2019). Ebeveynlerin çocuklarını sosyal medyada teşhiri: Çocuk hakları bağlamında bir değerlendirme. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, 4(8). 195-208.
- Erdoğan, C. (2019). Çocukların kişisel verilerinin korunması (Sosyal medya örneği kapsamında). *DEÜ Hukuk Fakültesi Dergisi*, (2), 2445-2467.
- Erişir, R. M., ve Erişir, D. (2018). Yeni medya ve çocuk Instagram özelinde sharenting (paylaşanabalık) örneği. *Yeni Medya*, 4(5), 50-64.

- Evans, W. D., Abroms, L. C., Poropatich, R., Nielsen, P. E., & Wallace, J. L. (2012). Mobile health evaluation methods: the Text4baby case study. *Journal of health communication*, 17(1), 22-29.
- Eve, P. M., Byrne, M. K., & Gagliardi, C. R. (2014). What is Good Parenting? The Perspectives of Different Professionals. *Family Court Review*, 52(1), 114–127. <https://doi.org/10.1111/fcre.12074>
- Farooq, A., Laato, S., and Islam, A. K. M. N. (2020). Impact of Online Information on Self-Isolation Intention During the COVID-19 Pandemic: Cross-Sectional Study. *J Med Internet Res*, 22(5), doi:10.2196/19128
- Fidan, A., & Seferoğlu, S. S. Digital Parenting in the Online Environments: A Review of Problems and Suggestions. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 352-372.
- Fox, A. K., & 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.
- Garmendia, M., Martínez, G., & Garitaonandia, C. (2021). Sharenting, parental mediation and privacy among Spanish children. *European Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1177/02673231211012146>
- George, D., and P. Mallery, (2003), “*SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference 11.0 update*”, (4th ed.) Allyn and Bacon Boston
- Gibson, L., and Hanson, V. L. (2013). 'Digital motherhood': how does technology support new mothers. In *CHI '13: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 313-322. Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2470654.2470700>
- Goggin, G., & Ellis, K. (2020). Privacy and Digital Data of Children with Disabilities: Scenes from Social Media Sharenting. *Media and Communication*, 8(4), 218–228. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i4.3350>
- Greene, J. C., Caracelli, V. J., & Graham, W. F. (1989). Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational evaluation and policy analysis*, 11(3), 255-274.

- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *Educational Communication and Technology Journal*, 30 (4), 233-252.
- Güteryüz, S., Esentaş, M., Yıldız, K., & Güzel, P. (2020). Sosyal izolasyon sürecindeki bireylerin serbest zaman değerlendirme biçimleri: Sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Focuss Spor Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-45.
- Gültekin, E. (2018). Çocuğun kişilik hakkının ana-baba tarafından sosyal medya aracılığıyla ihlalinin hukuki görünümü. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, 3(5), 103-143.
- Günel, A. A., Günel, A. (2018, Eylül). *The children's perception of privacy on the photographs shared by the parents on active social media*, 7th International Conference on “Innovations in Learning for the Future”: Digital Transformation in Education, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Haley, K. (2020). Sharenting and the (Potential) Right to be Forgotten. *Indiana Law Journal*, 95(3), 1005-1020.
- Halkacıoğlu, T. (2019). *Sosyal fobi belirtileri ile problemli internet kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Haslam, D. M., Tee, A., & Baker, S. (2017). The Use of Social Media as a Mechanism of Social Support in Parents. *Journal of Child and Family Studies*, 26(7), 2026–2037. <https://doi.org/10.1007/s10826-017-0716-6>
- Hayford, S. R., Guzzo, K. B., & Smock, P. J. (2014). The decoupling of marriage and parenthood? Trends in the timing of marital first births, 1945–2002. *Journal of Marriage and Family*, 76(3), 520-538.
- Helsper, E. J., Kalmus, V., Hasebrink, U., Sagvari, B., & de Haan, J. (2013). *Country classification: Opportunities, risks, harm and parental mediation*. London, England: EU Kids Online, LSE.
- Hinojo-Lucena, F.- J., Aznar-Díaz, I., Cáceres-Reche, M.- P., Trujillo-Torres, J.- M., & Romero-Rodríguez, J.- M. (2020). Sharenting: Internet addiction, self-control and online photos of underage children. *Comunicar*, 28(64), 97–108.

- Holiday, S., Norman, M. S., & Densley, R. L. (2020). Sharenting and the extended self: self-representation in parents' Instagram presentations of their children. *Popular Communication*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/15405702.2020.1744610>
- Hruska, J., & Maresova, P. (2020). Use of social media platforms among adults in the United States—Behavior on social media. *Societies*, 10(1), 27.
- Huang, G., Li, X., Chen, W., Straubhaar, J.G. (2018). Fall-behind parents? The influential factors on digital parenting self-efficacy in disadvantaged communities. *American behavioral scientist*, 62(9), 1186-1206.
- Hurley, K. D., Huscroft-D'Angelo, J., Trout, A., Griffith, A., & Epstein, M. (2014). Assessing Parenting Skills and Attitudes: A Review of the Psychometrics of Parenting Measures. *Journal of Child and Family Studies*, 23(5), 812–823. <https://doi.org/10.1007/s10826-013-9733-2>
- İnan-Kaya, G., Mutlu-Bayraktar, D., ve Yılmaz, Ö. (2018a). Dijital ebeveynlik tutum ölçeği: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* (46), 149-173.
- İnan-Kaya, G., Mutlu-Bayraktar, D., ve Yılmaz, Ö. (2018b). Digital parenting: Perceptions on digital risks. *Kalem Uluslararası Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 131-157.
- Johnson, G. (2006). Internet Use and Cognitive Development: A Theoretical Framework. *E-Learning and Digital Media*, 3(4), 565–573. <https://doi.org/10.2304/elea.2006.3.4.565>
- Johnson, R. B. and Christensen, L. (2019). *Educational research: Quantitative, qualitative, and mixed approaches* (Sixth edition). Los Angeles, London, New Delphi, Singapore: Sage.
- Jonyniene, J., Kern, R. M., & Gfroerer, K. P. (2015). Efficacy of Lithuanian Systematic Training for Effective Parenting (STEP) on Parenting Style and Perception of Child Behavior. *The Family Journal*, 23(4), 392–406. <https://doi.org/10.1177/1066480715574473>
- Kabakçı-Yurdakul, I., Dönmez, O., Yaman, F., ve Odabaşı, H. F. (2013). Dijital ebeveynlik ve değişen roller. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*. 12(4). 883-896.

- Kagan J. *Three Seductive Ideas*. Cambridge, MA: Harvard University Press; 1998
- Kağıtçıbaşı, Ç. & Cemalcılar, Z. (2014). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş*. İstanbul: Evrim Yayınları.
- Kale-Özçelik, F. (2020). Çocuğun özel yaşamına saygı hakkının Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi kapsamında değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 24(2), 425-451.
- Kallio, H., Pietilä, A. M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi- structured interview guide. *Journal of advanced nursing*, 72(12), 2954-2965.
- Karahisar, T. (2014). İnternette çocukları bekleyen riskler ve medya okuryazarlığı. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication- TOJDAC*, 4(4), 82-95.
- Kassab, M., DeFranco, J., Laplante, P. (2020). A systematic literature review on Internet of things in education: Benefits and challenges. *Journal of Computer Assisted Learning*, 36(2), 115-127.
- Keser-Özmantar, Z. (2018). Örneklem yöntemleri ve örneklem süreci, K. Beycioğlu, N. Özer ve Y. Kondakçı (Editörler). *Eğitim Yönetiminde Araştırma*. Ankara. Pegem Akademi. ss. 88-111.
- Kesicioğlu, O. S., (2019, Ekim). *Instagramda “okul öncesi” etiketiyle yapılan paylaşımların incelenmesi*. Uluslararası VI. Okul Öncesi Eğitimi Kongresi, Kafkas Üniversitesi, Kars.
- Kırman, A., & Doğan, Ö. (2017). Anne-baba çocuk ilişkileri: bir meta-sentez çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 4(1), 28-49.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>.
- Kim, H. N., Wyatt, T. H., Li, X., & Gaylord, M. (2016). Use of social media by fathers of premature infants. *The Journal of perinatal & neonatal nursing*, 34(4), 359-366.

- Kopecky, K., Szotkowski, R., Aznar-Díaz, I., & 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. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104812>
- Kumar, P. C., Chetty, M., Clegg, T. L., & Vitak, J. (2019). Privacy and security considerations for digital technology use in elementary schools. In S. Brewster, G. Fitzpatrick, A. Cox, V. & Kostakos (Eds.), *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems—CHI '19* (pp. 1–13). New York, NY: Association for Computing Machinery Press. doi.org/10.1145/3290605.3300537
- Kumar, P., & Schoenebeck, S. (2015, February). The modern day baby book: Enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook. In *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* (pp. 1302-1312).
- Kuss, D. J., Kristensen, A. M., & Lopez-Fernandez, O. (2021). Internet addictions outside of Europe: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 115, 106621. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106621>
- Kuzhan, M. (2019). İnternetin Eğitsel Nitelikli Kullanımı Üzerine Yapılan Araştırmaların Analizi. *Uluslararası Eğitim Araştırmacıları Dergisi*, 2(2), 137-145.
- Küçükali, A., Serçemeli, C. (2019). Çocukların sosyal medyadaki mahremiyet hakları ve sharenting üzerine bir uygulama: Atatürk Üniversitesi örneği. *Uluslararası sosyal araştırmalar dergisi*, 12(68), 1176-1186.
- Kwan, G. C. E., & Skoric, M. M. (2013). Facebook bullying: An extension of battles in school. *Computers in human behavior*, 29(1), 16-25.
- Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F., & Putranta, H. (2020). Elaborating Motive and Psychological Impact of Sharenting in Millennial Parents. *Universal Journal of Educational Research*, 8(10), 4807–4817. <https://doi.org/10.13189/ujer.2020.081052>

- Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A., & Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, affect and the day-to-day politics of digital mothering. *Social and Personality Psychology Compass*, 13(4), <https://doi.org/10.1111/spc3.12443>
- Le Moignan, E., Lawson, S., Rowland, D. A., Mahoney, J., & Briggs, P. (2017, May). Has Instagram Fundamentally Altered the Family Snapshot?. In *Proceedings of the 2017 CHI conference on human factors in computing systems* (pp. 4935-4947).
- Leaver, T. (2020, May 29). Balancing Privacy: Sharenting, Intimate Surveillance and the Right to Be Forgotten. <https://doi.org/10.33767/osf.io/fwmr2>
- Leaver, T., & Highfield, T. (2018). Visualising the ends of identity: pre-birth and post-death on Instagram. *Information, Communication & Society*, 21(1), 30-45.
- Leung, L. (2014). Predicting Internet risks: A longitudinal panel study of gratifications-sought, Internet addiction symptoms, and social media use among children and adolescents. *Health Psychology and Behavioral Medicine*, 2(1), 424-439. <https://doi.org/10.1080/21642850.2014.902316>
- Levy, E. (2017). Parenting in the Digital Age: How are We Doing. *Report, London: Parent Zone: Making the Internet work for Families.*
- Liamputtong, P. (2009). Qualitative data analysis: conceptual and practical considerations. *Health promotion journal of Australia*, 20(2), 133-139.
- Liman, M. (2020). Okulöncesi eğitime devam eden çocuğu olan ebeveynlerin sosyal medya kullanımları, benlik kurguları ve ebeveynlik stilleri arasındaki ilişkiler. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Lin, J. S., Lee, Y. I., Jin, Y., & Gilbreath, B. (2017). Personality traits, motivations, and emotional consequences of social media usage. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10), 615-623.
- Lipu, M., & Siibak, A. (2019). 'Take it down!': Estonian parents' and pre-teens' opinions and experiences with sharenting. *Media International Australia*, 170(1), 57-67.
- Livingstone, S., & Brake, D. R. (2010). On the rapid rise of social networking sites: New findings and policy implications. *Children & society*, 24(1), 75-83.

- Livingstone, S., & Helsper, E. (2008). Parental mediation and children's Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52, 581-599.
- Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2007). Taking risks when communicating on the Internet: The role of offline social-psychological factors in young people's vulnerability to online risks. *Information, Communication & Society*, 10(5), 619-644.
- Livingstone, S., Blum-Ross, A., & Zhang, D. (2018). What do parents think, and do, about their children's online privacy?. <http://eprints.lse.ac.uk/87954/>
- Livingstone, S., Ólafsson, K., Helsper, E. J., Lupiáñez-Villanueva, F., Veltri, G. A., & Folkvord, F. (2017). Maximizing Opportunities and Minimizing Risks for Children Online: The Role of Digital Skills in Emerging Strategies of Parental Mediation. *Journal of Communication*, 67(1), 82–105. <https://doi.org/10.1111/jcom.12277>
- Lupton, D., Pedersen, S., & Thomas, G. M. (2016). Parenting and Digital Media: From the Early Web to Contemporary Digital Society. *Sociology Compass*, 10(8), 730–743. <https://doi.org/10.1111/soc4.12398>
- Malamud, O., Cueto, S., Cristia, J., Beuermann, D. W. (2019). Do children benefit from internet access? Experimental evidence from Peru. *Journal of Development Economics*, 138, 41-56.
- Manap, A., & Durmuş, E. (2020). Dijital ebeveynlik farkındalık ölçeğinin geliştirilmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 21(2), 978-993.
- Manotipya, P., & Ghazinour, K. (2020). Children's Online Privacy from Parents' Perspective. *Procedia Computer Science*, 177, 178–185. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.10.026>
- Marasli, M., Suhendan, E., Yilmazturk, N. H., and Cok, F. (2016). Parents' shares on social networking sites about their children: sharenting. *The Anthropologist*, 24(2), 399-406.
- Mills, K. L. (2014). Effects of Internet use on the adolescent brain: despite popular claims, experimental evidence remains scarce. *Trends in Cognitive Sciences*, 18(8), 385-387. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tics.2014.04.011>.

- Minichiello, V., Aroni, R., & Hays, T. N. (2008). *In-depth interviewing: Principles, techniques, analysis*. Pearson Education Australia.
- Moser, C., Chen, T., & Schoenebeck, S. Y. (2017, May). Parents' and Children's Preferences about Parents Sharing about Children on Social Media. In *Proceedings of the 2017 CHI conference on human factors in computing systems* (pp. 5221-5225).
- Muslu, G. K., Bolşık, B. (2009). Çocuk ve gençlerde internet kullanımı. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 8(5), 445-450.
- Mustafa, U. (2016). Türkiye'de sosyal medya bağımlılığı ve kullanımı araştırması. *Turkish Academic Research Review*, 6(2), 370-396.
- Mutlu-Bayraktar, D., Yılmaz, Ö., & İnan-Kaya, G. (2018). Digital Parenting: Perceptions on Digital Risks. *Kalem Uluslararası Eğitim Ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 14(1), 137-163.
- Nicholl, H., Tracey, C., Begley, T., King, C., & Lynch, A. M. (2017). Internet Use by Parents of Children With Rare Conditions: Findings From a Study on Parents' Web Information Needs. *Journal of Medical Internet Research*, 19(2). <https://doi.org/10.2196/jmir.5834>
- Niela-Vilén, H., Axelin, A., Salanterä, S., & Melender, H.-L. (2014). Internet-based peer support for parents: A systematic integrative review. *International Journal of Nursing Studies*, 51(11), 1524-1537. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2014.06.009>
- Orçan, F. (2018), Açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi: İlk hangisi kullanılmalı? *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 9(4), 413-421.
- Ouvrein, G., & 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.
- Ögel-Balaban, H., and Altan, Ş. (2020). The use of Facebook by Turkish mothers: its reasons and outcomes. *Journal of Child and Family Studies*, 29(3), 780-790.

- Önen, Ö. (2018). Nedensel karşılaştırma yöntemi, K. Beycioğlu, N. Özer ve Y. Kondakçı (Editörler). *Eğitim Yönetiminde Araştırma*. Ankara. Pegem Akademi. ss. 289-305.
- Özaslan, H., Gültekin Akduman, G., Aydoğan, Y. (2018a, Ekim). *Siber güvenlik: Sosyal paylaşım sitelerinde aile mahremiyetine ilişkin bir inceleme*. Uluslararası IV. Çocuk Gelişimi Kongresi: 50 Yılda Çocuk Gelişiminin İz Bırakan Yolculuğu, Hacettepe Üniversitesi, Ankara
- Özaslan, H., Gültekin Akduman, G., Aydoğan, Y. (2018b, Ekim). *Ailelerin, sosyal medyada çocuğun haklarına ve mahremiyetine ilişkin görüşleri*. Uluslararası IV. Çocuk Gelişimi Kongresi: 50 Yılda Çocuk Gelişiminin İz Bırakan Yolculuğu, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Özdemir, T. Y. (2018). Karma yöntem araştırmalarında keşfedici desen, K. Beycioğlu, N. Özer ve Yaşar Kondakçı (Editörler). *Eğitim Yönetiminde Araştırma*. Ankara. Pegem Akademi. ss. 497-507.
- Özdemir, Tuncay Y. (2018). Karma yöntem araştırmalarında keşfedici desen, K. Beycioğlu, N. Özer ve Yaşar Kondakçı (Editörler). *Eğitim Yönetiminde Araştırma* içinde (ss. 497-507). Ankara. Pegem Akademi.
- Özsoy, D., ve Atılğan, S. S. (2018). Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki 0-8 yaş grubu çocukların internet kullanımı ve bu kapsamda ebeveyn arabuluculuğu: nitel bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(2), 96-125.
- Palombo, J., Bendicsen, H. K., & Koch, B. J. (2018). *Psikanalitik Gelişim Teorileri Rehberi* (Çev. F.B. Helvacıoğlu). İstanbul: Psikoterapi Enstitüsü Yayınları
- Pantic, I., Damjanovic, A., Todorovic, J., Topalovic, D., Bojovic-Jovic, D., Ristic, S., & Pantic, S. (2012). Association between online social networking and depression in high school students: behavioral physiology viewpoint. *Psychiatria Danubina*, 24(1.), 90-93.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri* (Bütün, M., & Demir, SB, Çev. Eds.). Ankara: Pegem Yayıncılık.

- Perrin, E. C., Sheldrick, R. C., McMenamy, J. M., Henson, B. S., & Carter, A. S. (2014). Improving parenting skills for families of young children in pediatric settings: A randomized clinical trial. *JAMA Pediatrics*, 168(1), 16–24. <https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2013.2919>
- Perrin, A. (2015, October). Social media usage: 2005–2015. Retrieved from <http://www.pewresearch.org/internet>
- Ranzini, G., Newlands, G., & 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), <https://doi.org/10.1177/2056305120978376>
- Richards, D., Caldwell, P. H. Y., & Go, H. (2015). Impact of social media on the health of children and young people. *Journal of Paediatrics and Child Health*, 51(12), 1152–1157. <https://doi.org/10.1111/jpc.13023>
- Rode, J. A. (2009, September). *Digital parenting: designing children's safety*. In Proceedings of the 23rd British HCI Group Annual Conference on People and Computers: Celebrating People and Technology (pp. 244-251). British Computer Society.
- Rodrigo, M., S. Byrne and B. Rodríguez (2014), “Parenting styles and child well-being”, in Ben-Arieh, A. et al. (eds.), *Handbook of Child Well-Being: Theories, Methods and Policies in Global Perspective*, Springer Netherlands, Dordrecht, 86.
- Sampasa-Kanyinga, H., Goldfield, G. S., Kingsbury, M., Clayborne, Z., & Colman, I. (2020). Social media use and parent-child relationship: A cross-sectional study of adolescents. *Journal of Community Psychology*, 48(3), 793–803.
- Sandler, I. N., Schoenfelder, E. N., Wolchik, S. A., & MacKinnon, D. P. (2011). Long-term impact of prevention programs to promote effective parenting: Lasting effects but uncertain processes. *Annual Review of Psychology*, 62, 299–329. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.121208.131619>
- Schwartz, M. (2010). The usage of Facebook as it relates to narcissism, self-esteem and loneliness. (Yayımlanmamış doktora tezi). NewYork, NY: Pace University. <http://www.proquest.com/enUS/products/dissertations/>. Erişim Tarihi 20 Eylül 2021.

- Seçer, İ. (2018). *Psikolojik test geliştirme ve uyarlama süreci: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Anı yayıncılık.
- Siibak, A., & Traks, K. (2019). The dark sides of sharenting. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 11(1), 115–121.
- Singh, S., Dixit, A. D., & Gunjan., J. (2020). Is compulsive social media use amid COVID-19 pandemic addictive behavior or coping mechanism? *Asian Journal of Psychiatry*, 54. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102290>.
- Steinberg, S. (2017). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory Law J.*, 66, 839-884.
- Şahin, C., & YAĞCI, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 523-538.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2003). *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Taş, İ., Güneş, Z., (2019). 8-12 yaş arası çocuklarda bilgisayar, oyun bağımlılığı, aleksitimi, sosyal anksiyete, yaş ve cinsiyetin incelenmesi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 22(1), 83-92.
- Taylor M.C. (2005) Interviewing. In *Qualitative Research in Health Care* (Holloway I., ed.), McGraw-Hill Education, Maidenhead, England, pp. 39–55.
- Taylor, J., Lauder, W., Moy, M., & Corlett, J. (2009). Practitioner assessments of 'good enough' parenting: Factorial survey. *Journal of Clinical Nursing*, 18(8), 1180–1189. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2702.2008.02661.x>
- Teddlie, C., Tashakkori, A. (2015). *Karma yöntem araştırmalarının temeli*. (Çev. Y. Dede ve S. B. Demir, 1. Baskı). Anı Yayıncılık: Ankara.
- Tekedere, H., & Arpacı, F. (2016). Orta yaş ve yaşlı bireylerin internet ve sosyal medyaya yönelik görüşleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(2), 377-392.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.

- Turgut, Y. E., Kopuz, T., Aslan, A., & Toksoy, S. E. Factors Affecting Parents' Share on Social Media about Their Children. *Cukurova University Faculty of Education Journal*, 50(1), 276-292.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi*, 24(24), 543-559.
- Udenze, S., & Bode, O. S. (2020). Sharenting in Digital Age: A Netnographic Investigation. *IJDI-ERED*, 9(1), 29-34. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14790.29761>
- Ulferts, H. (2020). Why parenting matters for children in the 21st century. An evidence-based framework for understanding parenting and its impact on child development. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/129a1a59-en>
- Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., & 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. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2019.104401>
- Wagner, A., & 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)*, 977-988.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative market research: an international journal*. 16(4), 362-369.
- Whittaker, E., & Kowalski, R. M. (2015). Cyberbullying via social media. *Journal of school violence*, 14(1), 11-29.
- Williams-Ceci, S., Grose, G. E., Pinch, A. C., Kizilcec, R. F., & Lewis Jr, N. A. (2021). Combating sharenting: Interventions to alter parents' attitudes toward posting about their children online. *Computers in Human Behavior*, 125, 106939.
- Wolf, R. Contextualizing how teens manage personal and interpersonal privacy on social media. *New Media & Society*, 22(6), 1058-1075. doi:10.1177/1461444819876570

- Yaman, F., Dönmez, O., Akbulut, Y., Kabakçı Yurdakul, I., Çoklar, A., N., Güyer, T. (2019). Ebeveynlerin dijital ebeveynlik yeterliklerinin çeşitli demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 44 (199), 149-172.
- Yay, Mahmut. (2017). *Dijital ebeveynlik*. İstanbul: Yeşilay Yayınları.
- Yeung, J. W., Chen, H.-F., Lo, H. H., & Choi, A. W. (2017). Relative Effects of Parenting Practices on Child Development in the Context of Family Processes. *Revista De Psicodidáctica (English Ed.)*, 22(2), 102–110. <https://doi.org/10.1016/j.psicoe.2017.05.003>
- Yıldırım, K. (2010). Raising the quality in qualitative research. *Elementary Education Online*, 9(1), 79-92.
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology and Behavior*, 1, 237–244.
- Yurdakul, I. K., Dönmez, O., Yaman, F., ve Odabaşı, H. F. (2013). Dijital ebeveynlik ve değişen roller. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12(4), 883-896.
- Zengin, M., Zengin, G. ve Altunbaş, H. (2015). Sosyal medya ve değişen mahremiyet "Facebook mahremiyeti". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2), 112–136.

EKLER

EK-1: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

1. Eskiyle kıyasladığınızda çocuğunuz doğduktan sonra sosyal medya kullanım alışkanlıklarınızda ne tür değişiklikler fark ettiniz?
2. Sosyal medya ebeveynlik deneyimlerinizi nasıl etkiledi?
3. Çocuklarınızın fotoğraflarını sosyal medya hesaplarınızda paylaşıyor mısınız?

Cevabınız evet ise;

- a. Paylaşımlarınızda daha çok hangi sosyal medya platformunu tercih ediyorsunuz ve neden?
- b. Paylaşım sıklığınız?
- c. Daha çok hangi durum ve olayları paylaşıyorsunuz?
- d. Paylaşmanıza gerekçe olarak neler söyleyebilirsiniz?
- e. Bu paylaşımlar sonrası gelen dönütler (beğeni, yorum, eleştiri) sizi nasıl etkiler?
- f. Hiç pişman olduğunuz paylaşımlarınız oldu mu? Olduysa gerekçesini paylaşır mısınız?
- g. Sizce çocuğunuzun bu paylaşımlara tepkisi (memnun mu rahatsız mı) nasıl?

Cevabınız hayır ise;

- a. Çocuğunuzla ilgili paylaşım yapmama gerekçeleriniz neler?
 - b. Hangi koşullar oluşsa paylaşım yapardınız?
 - c. Ne tür paylaşımları daha uygun görmektesiniz?
4. Çocuklarıyla ilgili sık paylaşım yapan ebeveynlerin bu davranışlarıyla ilgili neler söyleyebilirsiniz?
 5. Sizce anne-babaların çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşımlarının ne gibi avantaj ve dezavantajları olabilir?
 6. Sizce sosyal medya platformlarında anne-babaları tarafında sıklıkla paylaşımları yapılan çocuklar sonraki yaşamlarında bu paylaşımlardan nasıl etkilenecekler?
 7. Sosyal medyada özellikle instagramda kendisini blogger, instamom gibi ifadelerle tanımlayan binlerce takipçi sayısına sahip ebeveynlikle ilgili paylaşımlar yapan hesapların çocuklarıyla ilgili paylaşımlarından nasıl etkileniyorsunuz?
 8. Ana-babaların çocuklarla ilgili paylaşımlarını çocuk hakları bağlamında değerlendirdiğinizde neler söyleyebilirsiniz? Yasal olup olmadığıyla ilgili düşünceleriniz neler?

EK-2: Etik Kurul Onayı

Evrak Tarih ve Sayısı: 18/12/2020-E.84148

T.C. İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu		
Oturum Tarihi: 18.12.2020	Oturum Sayısı: 23	Karar Sayısı: 2020/23-6
Etik Açısından Uygun		
Çalışma Adı	Ebeveynlerin Sharenting Tutumlarının İncelenmesi	
Araştırmacılar	Yüksek lisans Öğrencisi Sebahaddin ASLAN (Yürütücü) Doç.Dr. Emine Dumanış (Danışman)	
Başkan Kurul Üyesi Prof. Dr. Hüseyin Suphi ERDEM Başkan Yardımcısı Kurul Üyesi Prof. Dr. Mustafa ARSLAN Kurul Üyesi Prof. Dr. Süleyman ÇALDAK Kurul Üyesi Prof. Dr. Mehmet GÜNGÖR Kurul Üyesi Prof. Dr. Lutfiye ÖZDEMİR Kurul Üyesi Prof. Dr. Nesrin SİS Kurul Üyesi Prof. Dr. Mehmet ÜSTÜNER Sekreter Hatice CİHAN		

E-İmzalıdır.
Etik Kurul Başkanı
Hüseyin Suphi ERDEM

Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununa göre Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır.
Evrak sorgulaması https://ebys.inonu.edu.tr/en/Vision/Validate_Doo.aspx?V=BEAMKKKB48 adresinden yapılabilir. (PIN:4048)

EK-3: Katılımcı bilgi ve onam formu

Bu araştırma, İnönü Üniversitesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Yüksek Lisans Programında, Doç.Dr. Emine DURMUŞ danışmanlığında, Sebahaddin ASLAN tarafından yürütülen yüksek lisans tez çalışmasıdır. Araştırmanın amacı; ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşma davranışlarının incelenmesidir. Katılımcı olmak için; 0-13 yaş arası çocuğa sahip olmak ve en az bir sosyal medya hesabı kullanmak gerekmektedir. Araştırma boyunca sizden kimlik belirleyici hiçbir bilgi istenmeyecektir. Araştırma sorularına verdiğiniz cevaplar ses kayıt cihazı ile kaydedilecek, araştırmacının bilgisayarında şifrelenmiş şekilde araştırma sonuna kadar saklanacak, sadece araştırmacı tarafından çözülecek ve araştırma sonunda imha edilecektir. Cevaplarınız tamamıyla gizli tutulacak ve sadece araştırmacı tarafından değerlendirilecektir. Elde edilecek bilgiler bilimsel yayınlarda kullanılacaktır.

Araştırmada ebeveynlerin çocukların fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmalarına ilişkin görüşlerinizin alınmasının yanı sıra sizin deneyimlerinizi ve yaşantılarınızı öğrenmek için yaklaşık 10 sorudan oluşan bir görüşme yapılacaktır. Tüm görüşmenin toplamda yaklaşık 25-30 dakika aralığında süreceği düşünülmektedir. Bu araştırmaya katılmak tamamen isteğe bağlıdır. Katıldığınız takdirde araştırmanın herhangi bir aşamasında herhangi bir sebep göstermeden onayınızı çekmek, görüşmeye devam etmemek hakkına sahipsiniz. Bu formu imzalamadan önce, araştırma ile ilgili sorularınız varsa lütfen sorunuz.

Yukarıdaki metni okudum ve katılmam istenen araştırmanın amacını anladım. Araştırma hakkında soru sorma imkânı buldum. Bu görüşmeyi istediğim zaman ve herhangi bir neden belirtmek zorunda kalmadan bırakabileceğimi anladım.

NOT: *Görüşmede görüntü kaydı alınmayacaktır.*

Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle katılmayı kabul ediyorum.

İmza:

Tarih (gün/ay/yıl): / /

Araştırmacının adı: Sebahaddin ASLAN, sebahaddinaslan.pdr@gmail.com

İnönü Üniversitesi

Eğitim Fakültesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık

Yüksek Lisans Programı

EK-4: Çalışma-3 Kişisel Bilgi Formu**Cinsiyet:**

Kadın ()

Erkek ()

Yaş:**Öğrenim Durumu:**

İlkokul ()

Ortaokul ()

Lise ()

Üniversite ()

Lisansüstü ()

Aylık Gelir Durumu:

2800 TL ve altı ()

2801 TL- 4500 TL ()

4501 TL- 7000 TL ()

7001 TL-10000 TL ()

10001 TL ve üzeri ()

Yaşadığınız Şehir (İl):**Sosyal medya hesaplarınızda ne sıklıkta çocuklarınızla ilgili paylaşım yaparsınız?**

Yılda birkaç tane ()

Ayda birkaç tane ()

Haftada birkaç tane ()

Günde birkaç tane ()

EK-5: Sharenting Değerlendirme Ölçeği deneme formu iç tutarlılık sonuçları

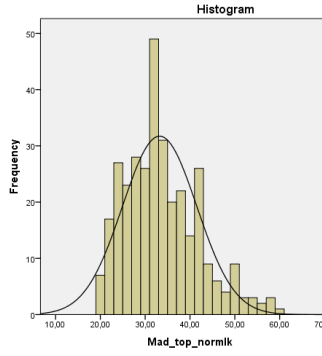
Madde no	Düzeltilmiş Madde Korelasyonu	Cronbach alfa
m1	.383	
m2	.538	
m3	.504	
m4	.437	
m5	.434	
m6	.365	
m7	.577	
m8	.462	
m9	.363	
m10	.395	.816
m11	.446	
m12	.496	
m13	.374	
m14	.450	
m15	.330	
m16	.227	
m17	.313	
m18	.492	
m19	.093	
m20	.151	

EK-6: Sharenting Değerlendirme Ölçeği Madde Havuzu (20 Maddelik Deneme Formu)

1. Çocukların görüntülerini paylaşmak günümüz ebeveyn rollerinden biridir.
2. Çocuğumla ilgili paylaşımlarım sosyal medyada daha fazla takip edilmemi sağlar.
3. Yakınlarım, çocuğumla ilgili paylaşımlarımın devamını destekler.
4. Paylaşımlarıma aldığım olumlu tepkiler paylaşma isteğimi artırır.
5. Paylaşımlarımla uzaktaki aile bireyleriyle bağlarımız canlı kalır.
6. Çocuğumun görüntülerini paylaşarak iyi bir ebeveyn olduğumu gösteririm.
7. Çevremdekilerin çocuklarının görüntülerini paylaşmaları benim de çocuğumu paylaşmama yol açar.
8. Çocuğumla ilgili paylaşımlarım başkalarının benimle ilgilenmesini sağlar.
9. Paylaşımlarımla ebeveynlik deneyimlerimi diğer ebeveynlere aktarma fırsatı bulurum.
10. Çocuğumun yer aldığı görüntülerin okul-öğretmenler tarafından paylaşılmasına izin veririm.
11. Çocuğumu paylaşmamın benim için bir alışkanlık olduğunu düşünürüm.
12. Çocuğumla ilgili paylaşımlar yapmamın mahremiyet ihlali olmadığını düşünürüm.
13. Akrabalarımın çocuğuma ait görüntüleri paylaşımlarında bir sakınca görmem.
14. Paylaştığım görüntülerin çocuğuma zarar verecek amaçlar için kullanılmayacağını düşünürüm.
15. Çocuğumla ilgili paylaşım yapmadan duramam.
16. Paylaşımlarımın benim için iyi bir gelir kaynağı olabileceğini düşünürüm.
17. Çocuğumla ilgili paylaşımlar yapmamdan ötürü gelecekte pişman olmayacağımı düşünürüm.
18. Paylaşımda bulunmanın kişi haklarına aykırı olmadığını düşünürüm.
19. Çocuğumla ilgili paylaşımlarım bazen onun kişisel bilgilerini (T.C, doğum tarihi vb.) içerir.
20. Paylaşım yaparken, Ünlü (Fenomen) ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili paylaşımlarından etkilenirim.

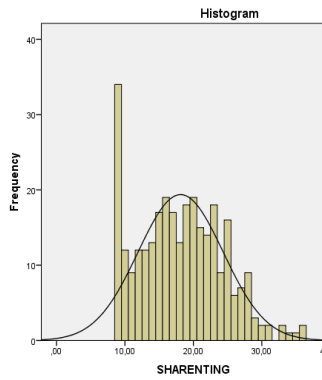
EK-7: Çalışma grupları normallik değerleri

Çalışma Grubu-2 Normallik Değerleri



N	S.s.	Min	Mks	Mod	Medyan	x	Çarpıklık	Basıklık	Kolmogorov-Smirnov
330	8.30	20	58	31	32	33.2	0.679	.135	.000

Çalışma Grubu-3 Normallik Değerleri



N	S.s.	Min	Mks	Mod	Medyan	x	Çarpıklık	Basıklık	Kolmogorov-Smirnov
302	6.21	9	36	9	18	18.1	.324	-.451	.001

EK-8: İlk AFA sonuçları

Güvenirlilik analizleri neticesinde elde kalan maddelerle yapılan 16 maddelik ilk AFA sonuçları

Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Açıklanan Toplam Varyans
m4	0,770				
m5	0,731				
m3	0,644			0,361	
m7	0,610		0,481		
m9	0,573				
m18		0,824			
m17		0,82			
m14		0,708			
m12		0,543			
m15			0,805		
m11			0,732		
m6			0,535		
m2	0,481		0,523		
m10				0,841	
m13		0,349		0,629	
m1				0,421	
Açıklanan Varyans	17,064	15,242	14,12	10,301	56,727

EK-9: Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği Yetişkin Formu Sanal İletişim Boyutu

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine X işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız. ① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Uygun Değil ③ Kararsızım ④ Bana Uygun ⑤ Bana Çok Uygun					
1.Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	①	②	③	④	⑤
2.Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim	①	②	③	④	⑤
3.Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
4.Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
5.İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum	①	②	③	④	⑤
6.Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
7.Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
8.Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
9.Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤

EK-10: Sharenting Ölçeği

AÇIKLAMA: Aşağıda çocuklarınızın görüntülerini sosyal medyada paylaşmanızla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Bu bağlamda ‘paylaşım’ ifadelerinde <u>sadece</u> çocuklarınızın görüntülerini sosyal medyada paylaşmanız kastedilmektedir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine X işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız. ① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Kısmen Uygun ③ Bana Orta Derecede Uygun ④ Bana Yüksek Derece Uygun ⑤ Bana Tamamen Uygun					
1.Çocuğumla ilgili paylaşımlarım sosyal medyada daha fazla takip edilmemi sağlar.	①	②	③	④	⑤
2.Yakınlarım, çocuğumla ilgili paylaşımlarımın devamını destekler.	①	②	③	④	⑤
3.Paylaşımlarıma aldığım olumlu tepkiler paylaşma isteğimi artırır.	①	②	③	④	⑤
4.Çevremdekilerin çocuklarının görüntülerini paylaşımları benim de çocuğumu paylaşmama yol açar.	①	②	③	④	⑤
5.Paylaşımlarımla ebeveynlik deneyimlerimi diğer ebeveynlere aktarma fırsatı bulurum.	①	②	③	④	⑤
6.Çocuğuma ait paylaşımlar yapmamın mahremiyet ihlali olmadığını düşünürüm.	①	②	③	④	⑤
7.Paylaştığım görüntülerin çocuğuma zarar verecek amaçlar için kullanılmayacağını düşünürüm.	①	②	③	④	⑤
8.Çocuğumla ilgili paylaşımlar yapmamdan ötürü gelecekte pişman olmayacağımı düşünürüm.	①	②	③	④	⑤
9.Paylaşımda bulunmanın kişi haklarına aykırı olmadığını düşünürüm.	①	②	③	④	⑤