



**T.C.
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ
ANABİLİM DALI**

**TÜRKİYE'DE EBEVEYNLERİN ÇOCUKLARIYLA İLGİLİ
SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE YAPILAN
ARAŞTIRMALARIN SİSTEMATİK İNCELENMESİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

Serap KAL KORKMAZ

**Danışman
Doç. Dr. Yiğit Emrah TURGUT**

**RİZE
2024**

KABUL VE ONAY

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Ana Bilim Dalında, Doç. Dr. Yiğit Emrah TURGUT danışmanlığında, Serap KAL KORKMAZ tarafından hazırlanan *Türkiye’de Ebeveynlerin Çocuklarıyla İlgili Sosyal Medya Paylaşımları Üzerine Yapılan Araştırmaların Sistematiik İncelenmesi* adlı bu tez çalışması, 19/08/2024 tarihinde yapılan savunma sonucunda oy birliğı/oy çokluğuyla başarılı bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri	Unvanı, Adı Soyadı	İmza
Başkan	: Dr. Öğr. Aysin GAYE ÜSTÜN	
Üye	: Doç. Dr. Yiğit Emrah TURGUT	
Üye	: Dr. Öğr. Hakan İSLAMOĞLU	

ETİK BEYAN

Öğretim Teknolojileri Tezli Yüksek Lisans Programından mezun olmak üzere teslim ettiğim “Türkiye’de Ebeveynlerin Çocuklarıyla İlgili Sosyal Medya Paylaşımları Üzerine Yapılan Araştırmaların Sistemik İncelenmesi” adlı tezim, bilim ve araştırma etiği prensiplerine riayet edilerek tarafımdan yazılmıştır.

Tez çalışmamda, başka kaynaklardan aktarılan bütün bilgi ve alıntılar, Enstitünüz Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak açıkça gösterilmiştir. Kaynağı gösterilenler dışında kalan bütün bilgiler uygun araştırma yöntemi kullanılarak tarafımdan edinilmiş ve esere bu şekilde yansıtılmıştır. Şahsıma ait olmayan hiçbir bilgi, kasıt veya kusurlar, şahsıma aitmiş gibi gösterilmemiştir. İnternet kaynakları dâhil, sahibine/kaynağına atıf yapılmaksızın hiçbir bilgi kullanılmamıştır. Aksine ortaya çıkması halinde doğacak bütün hukuki, idari, akademi ve etik sorumluluk tarafıma ait olacaktır. Eserin tesliminden sonra herhangi bir zamanda, bilim etiğine aykırılık tespit edilmesi ve/veya eserimle ilgili intihal veya intihal şeklinde anlaşılacak bir durumun ortaya çıkması halinde; Üniversiteniz ve eğitim kadronuzun hiçbir şekilde sorumlu tutulmayacağını hür irademle kabul, beyan ve taahhüt ederim.

19/08/2024

Serap KAL KORKMAZ

ÖN SÖZ

Türkiye’de ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarının genel eğilimlerini sistematik literatür taraması ile incelediğim bu çalışmada; tez yazım süreci boyunca bana inanarak destek olan bilgi ve deneyimlerini her daim paylaşan danışmanım Doç. Dr. Yiğit Emrah TURGUT’a, tüm sorularımı özveriyle yanıtlayıp tezime katkı sağlayan Tuba KOPUZ’a ve yüksek lisans eğitim sürecinde ders aldığım tüm akademisyenlere teşekkürlerimi sunuyorum.

Hayatım boyunca verdiğim her kararda yanımda olduklarını hissettiğim canım annem, babam, ablalarım ve kardeşime tez yazım sürecinde desteklerinden dolayı teşekkürlerimi borç bilirim. Hayatında olmaktan mutluluk duyduğum canım eşime yüksek lisans süreci boyunca sabırla yanımda olduğu için teşekkür ederim.

Son olarak çalışmaktan keyif aldığım Teknik Hayaller Atölyesi ekibine desteklerinden dolayı teşekkür ederim.

Serap KAL KORKMAZ

RİZE-2024

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	I
ETİK BEYAN.....	II
ÖN SÖZ	III
İÇİNDEKİLER	IV
ÖZET	VI
ABSTRACT.....	VII
KISALTMALAR.....	VIII
TABLolar LİSTESİ.....	IX
ŞEKİLER LİSTESİ.....	X
GİRİŞ	1
1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	10
1.1. Sosyal Medya.....	10
1.1.1. Sosyal Medya Kavramı	10
1.1.2. Sosyal Medya Kullanımı	11
1.1.3. Sosyal Medya Platform Sınıflandırılması.....	12
1.1.4. Sosyal Medya Platform Özellikleri	13
1.2. Ebeveynlik	14
1.3. Sharenting	17
1.4. Sharenting Hukuksal Boyutu	20
1.5. Ulusal Alanda Yapılan Araştırmalar.....	22
1.6. Uluslararası Alanda Yapılan Araştırmalar.....	29
2. YÖNTEM.....	36
2.1. Araştırma Yaklaşımı	36
2.2. Veri Tabanlarının Belirlenmesi ve Anahtar Kelime Seçimi	36
2.3. Çalışmaya Dâhil Edilecek Araştırmaların Seçimi	37
2.4. Çalışma Grubu (Örneklem)	39
2.5. Verilerin Toplanması	40
2.6. Verilerin Analizi	40
2.7. Geçerlik ve Güvenirlik.....	41

3. BULGULAR.....	42
3.1. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmaların Yayınlandığı Veri Tabanları	42
3.2. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmaların Yıllara Göre Dağılımı	43
3.3. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalarda Kullanılan Araştırma Yaklaşımları ve Modelleri.....	43
3.4. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalarda Kullanılan Veri Toplama Araçları	45
3.5. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalarda Kullanılan Örneklem Seçim Yöntemleri.....	46
3.6. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalardaki Örneklem Sayıları	46
3.7. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalardaki Örneklem Düzeyleri	48
3.8. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalardaki Veri Analiz Yöntemleri.....	48
3.9. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalarda Paylaşılan İçerik Türleri.....	50
3.10. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalardaki Sharenting Davranışının Etkileri	51
3.11. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalardaki Sharenting Davranışının Nedenleri	52
4. TARTIŞMA, SONUÇ, ÖNERİLER.....	54
KAYNAKÇA.....	61
EKLER.....	73

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Ana Bilim Dalı : Bilgisayar ve Öğretim Teknolojilerin Eğitimi

Tez Türü : Yüksek Lisans Tezi

Danışman : Doç. Dr. Yiğit Emrah TURGUT

Hazırlayan : Serap KAL KORKMAZ

Yıl : 2024

Sayfa Sayısı : 86

ÖZET

TÜRKİYE’DE EBEVEYNLERİN ÇOCUKLARIYLA İLGİLİ SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMALARIN SİSTEMATİK İNCELENMESİ

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarını ele alan araştırmaların genel eğilimlerini ortaya koymaktır. Bu amaçla Ulusal Tez Merkezi, Dergipark, TR Dizin, Web of Science, Scopus ve ERIC veri tabanlarında tarama yapılmıştır. Bu literatür tarama işleminde “sharenting” anahtar kelimesi ve uygun filtrelemeler kullanılarak Türkiye kökenli 79 araştırmaya ulaşılmıştır. İnceleme sonucunda tekrar eden, erişime açık olmayan ve dahil etme kriterlerine uygun olmayan araştırmalar çıkarılmıştır. Bu doğrultuda 12 yüksek lisans tezi, 1 doktora tezi ve 23 makale olmak üzere 36 araştırma çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışmada veri toplama amacıyla Göktaş vd. (2012) geliştirdiği Yayın Sınıflandırma Formu kullanılmıştır. Sistematik literatür taraması benimsenen bu çalışmada elde edilen bulgular araştırma soruları çerçevesinde uygun şekil ve tablolarla sunulmuştur. Çalışmanın sonucuna göre Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmaların daha çok Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yayımlandığı, 2022 yılında ivme kazandığı, sıklıkla nitel araştırma yaklaşımını benimsediği, verilerin çoğunlukla anket ile toplandığı ve içerik analizi tekniğiyle analiz edildiği tespit edilmiştir. Ayrıca ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarında ilk adım/ilk diş, doğum günü kutlaması, yılbaşı kutlaması ve mezuniyet/yıl sonu gösterimi gibi özel anlarının öne çıktığı görülmüştür. Ebeveynlerin ilgili paylaşımları sosyalleşme, mutlu hissetme, ebeveynlik deneyimiyle ilgili fikir alışverişinde bulunma, anı biriktirme, ticari kazanç elde etme ve ebeveynliğini onaylatma nedenleriyle gerçekleştirdikleri ortaya çıkmıştır. Bu paylaşımların ebeveyn üzerinde mutlu hissetme, keyifli vakit geçirme gibi duygusal ve öğretici bilgiler edinme gibi eğitsel etkilerinin olduğu görülürken çocuk üzerinde en fazla ihlal, en az ise duygusal etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sharenting, ebeveyn, sosyal medya, sistematik literatür taraması

Recep Tayyip Erdogan University Institute of Graduate Studies
Department : Computer and Instructional Technologies Education
Thesis Type : Master Thesis
Supervisor : Doç. Dr. Yiğit Emrah TURGUT
Author : Serap KAL KORKMAZ
Year : 2024
Pages : 86

ABSTRACT

SYSTEMATIC REVIEW OF THE STUDIES INVESTIGATING PARENTS' SOCIAL MEDIA POSTS ABOUT THEIR CHILDREN IN TÜRKİYE

This study aimed to reveal the general trends of the studies on parents' social media posts about their children in Türkiye. For this purpose, the National Thesis Centre, Dergipark, TR Index, Web of Science, Scopus, and ERIC databases were searched. In this literature review, 79 studies originating from Turkey were conducted using the keyword "sharenting" and appropriate filtering. As a result of the review, studies that were repetitive, not open to access, and did not meet specified inclusion criteria were excluded. Accordingly, 36 studies, including 12 master theses, one doctoral thesis, and 23 articles, were included in the study. The Publication Classification Form developed by Göktaş et al. (2012) was used for data collection. The findings obtained in this study, which adopted a systematic literature review, were presented with appropriate figures and tables within the framework of the research questions. The study's findings revealed that research on sharenting behavior in Türkiye has primarily been published in the National Thesis Center database, with a notable increase in publications in 2022. Also, these studies mainly employed a qualitative research methodology, utilizing questionnaires for data collection, which were analyzed using content analysis techniques. In addition, special moments such as first step/first tooth, birthday celebration, new year celebration, and graduation/year-end performance were found to be prominent in parents' social media posts about their children. It was found that parents shared these posts for socializing, feeling happiness, exchanging ideas about their parenting, collecting memories, potential commercial benefits, and affirming their parenting. While it was observed that these sharing had emotional effects on the parent, including feeling happiness and having a pleasant time, as well as educational effects, including the acquisition of the information, it was determined that they had the highest violation and the lowest emotional effect on the child.

Keywords: Sharenting, parent, social media, systematic literature review

KISALTMALAR

DSÖ	:	Dünya Sağlık Örgütü
Md	:	Madde
TDK	:	Türk Dil Kurumu
TÜİK	:	Türkiye İstatistik Kurumu
WAS	:	We Are Social



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Ulusal alanda yapılan araştırmalar	22
Tablo 2. Uluslararası alanda yapılan araştırmalar	29
Tablo 3. Araştırma yaklaşımları ve modelleri.....	44
Tablo 4. Sosyal medya hesabı incelenen ebeveynleri sayısı ve ebeveynlerin sosyal medya hesaplarında incelenen fotoğraf/video sayısı	47
Tablo 5. Veri analiz yöntemleri	49
Tablo 6. Sharenting davranışıyla paylaşılan içeriklerin türleri	50
Tablo 7. Sharenting davranışının etkileri	51
Tablo 8. Sharenting davranışının nedenleri	52

ŞEKİLER LİSTESİ

Şekil 1. Dünyada ve Türkiye’de sosyal medya kullanımı	11
Şekil 2. PRISMA akış şeması.....	38
Şekil 3. Yayın türleri	40
Şekil 4. Veri tabanları.....	42
Şekil 5. Yılları göre dağılım	43
Şekil 6. Araştırma yaklaşımları	44
Şekil 7. Veri toplama araçları	45
Şekil 8. Örneklem seçim yöntemleri	46
Şekil 9. Örneklem sayıları	47
Şekil 10. Örneklem düzeyleri	48
Şekil 11. Sharenting davranışı içerik türleri, etkileri, nedenleri	53

GİRİŞ

İnternet'in zamanla gelişmesi ve yaygınlaşması ile sosyal medya platformlarını kullanan kişi sayısında bir artış olmuştur. Bu artış aktif sosyal medya kullanım oranlarına da yansımıştır. We Are Social (WAS) 2024 yılı raporuna göre Dünya nüfusunun % 62'si sosyal medya kullanmaktadır. Türkiye'de ise 2024 yılının başından itibaren sosyal medya platformlarını kullanan kişi sayısı toplam nüfusun %66,8'ine denk gelmektedir (Kemp, 2024). Tüm bu veriler sosyal medya platformlarının, hayatımızın bir parçası haline geldiğini göstermektedir.

Literatürde sosyal medya platformları ile ilgili birçok tanım yapılmıştır. Saymer'e (2008) göre sosyal medya platformu, kullanıcıların çevrimiçi siteler ve araçlar kullanarak paylaşım yapmalarınıdır. Carr ve Hayes (2015) sosyal medya platformunu, kullanıcının ele aldığı konuya ve çevre tarafından etkileşime dayanan İnternet tabanlı bir araç olarak tanımlamaktadır. Kaplan ve Haenlein'e (2010) göre sosyal medya platformu, kullanıcılar tarafından ele alınan konunun oluşturulması ve değiştirilmesine dayanan İnternet tabanlı bir araçtır. Sosyal medya platformlarının; çevrimiçi olması, kullanıcılar tarafından paylaşım yapılması ve etkileşime dayanması bu tanımların ortak özellikleri olarak sayılabilir. Bu özellikleri kapsayan Facebook, Youtube, Instagram, TikTok, ve Twitter gibi birçok sosyal medya platformları geliştirilmiştir. Türkiye'de 2024 yılının başında 34,35 milyon Facebook, 52,50 milyon Youtube, 57,10 milyon Instagram, 27,73 milyon TikTok ve 20,67 milyon Twitter kullanıcısı bulunmaktadır (Kemp, 2024).

Bireyler farklı amaçlar doğrultusunda sosyal medya platformlarını kullanmaktadırlar. Allen vd. (2014) göre, bireyler eğlence ve sosyal etkinlik ihtiyaçlarını karşılamak için sosyal medya platformlarını kullanmaktadırlar. Bireyler, kimlik oluşturup arkadaşlarıyla etkileşim kurmak amacıyla sosyal medya platformlarını kullanırken (Griffiths, 2012; Kuss ve Griffiths, 2011), öğretmenler bu platformları öğretmen ve öğrenme amacıyla tercih etmektedirler (Acun vd., 2017). Ebeveynlerin bakış açısından sosyal medya, hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Brosch, 2016). Ebeveynlik deneyimini paylaşmak, ebeveynliğin olumlu veya olumsuz yanları hakkında bilgi almak, diğer ebeveynlere tavsiyede bulunmak (Brosh, 2016; Duggan vd., 2015; Verswijvel vd., 2019) ve çocuğun gelişim

aşamaları hakkında bilgiler kaydetmek (Kumar ve Schoenebeck, 2015) gibi birçok sebepten dolayı ebeveynler sosyal medya platformlarında paylaşım yapmaktadır. Bununla birlikte ebeveynlerin çoğunlukla çocuğu hakkında bilgi sahibi olmak ve diğer ebeveynlerin deneyimlerinden yararlanmak için bu platformları kullanmayı tercih ettikleri görülmektedir (Haslam vd., 2017). Ebeveyn sosyal medya paylaşımlarına zamanla çocuğunu dâhil etmeye başlamıştır. Bu doğrultuda ebeveynin sosyal medyada çocuğuyla ilgili paylaşım yapması, sharenting kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Sharenting kavramı ilk kez 2012 yılında Stevan Leckart tarafından kullanılmıştır. Wall Street Journal yazarı Stevan Leckart kavramı Over sharenting olarak ortaya atmıştır (Maraşlı vd., 2016). 2012 yılında ortaya çıkan kavram 2015 yılında ilk kez tanımlanmıştır. Sharenting, paylaşmak (share) ve ebeveynlik (parenting) kelimelerin birleşiminden oluşmaktadır. Kelime anlamı olarak ebeveynin çocuğuyla ilgili bilgileri sosyal medya platformlarında paylaşmasıdır (Collins Dictionary, 2024).

Ebeveynlik, çocuğun doğumundan itibaren tüm ihtiyacının karşılandığı ve aynı zamanda çocuğa rehberlik edildiği bir süreçtir. Hem Dünyada hem de Türkiye’de yapılan araştırmalar incelendiğinde sharenting kavramı ile ebeveynlerin görev tanımına bir yeni görev daha eklendiği görülmektedir. Dijital ebeveynlik olarak eklenen bu yeni görev, ebeveynlik görevine dijitalleşmenin nasıl dâhil edildiğini açıklamaya çalışan bir tanımdır (Mascheroni vd., 2018). Dijital ebeveynlik, çocuğun dijital dünyaya karşı korumak ve nasıl korunacağı ile ilgili rol model olmaktır (Yurdakul vd., 2013). Literatürde hangi ebeveyn rolünün daha çok paylaşım yaptığı araştırma konusu olmuştur. Ocakoğlu vd. (2023), 196 ebeveyn ile yaptığı araştırmada annelerin babalara göre sosyal medya platformunu kullanılarak daha fazla paylaşım yaptıkları ortaya çıkmıştır. Babaların ise annelere göre paylaşım yaparken daha dikkatli davrandıkları tespit edilmiştir (Alemdar ve Kahraman, 2023). Babaların çocuk üzerindeki görev ve sorumlulukları zaman geçtikçe artmaktadır. Dolayısıyla babalar çocuk bakımı ve çocuğuna yönelik nasıl iyi bir baba olacağını öğrenme gibi birtakım ihtiyaçlar için sosyal medya platformlarını kullanmaktadırlar (Ammari ve Schoenebeck, 2015).

Ebeveynler paylaşım yaparak hem kendilerine hem de çocuklarına bir imaj kazandırmaktadırlar. Bu imaj ebeveynin daha güvende olmasını ve hissetmesini

sağlamaktadır (Kumar ve Schoenebeck, 2015). Baloğlu (2023), Instagram platformunda child hashtagi kullanılarak 6134 gönderi incelediği araştırmada ebeveynlerin paylaşım nedeninin ideal ebeveynlik imajı oluşturmak olduğunu tespit etmiştir. Omur ve Uyar (2022), 13 yaşından küçük çocuğu olan 20 ebeveynle yaptıkları araştırmada paylaşım nedenlerini; anı biriktirmek, mutlu hissetmek ve mutluluğu paylaşmak olarak belirtmişlerdir. Ebeveynler sosyal medya platformlarında sosyal destek almak ve yalnızlığı gidermek (Baştemur vd., 2021), sosyal motivasyon sağlamak (Esgin vd., 2022), ebeveynliği onaylamak (Doğan Keskin vd., 2023) ve sosyal medya kullanım alışkanlığı (Akpınar vd., 2020) gibi nedenlerden dolayı paylaşım yapmaktadırlar.

Ebeveynler bilerek ya da bilmeyerek sosyal medya platformlarında çocuğu ile ilgili bilgileri paylaşmaktadırlar. Bu bilgileri genellikle çocuğun davranışı, görünüşü ve kişisel bilgisi, konum bilgisi ve özel kıyafetleri oluşturmaktadır (Ammari ve Schoenebeck, 2015; Baştemur vd., 2021). Ayrıca ebeveynler çocuğun doğumundan itibaren her halini, okul yaşantılarını ve ergenlik hallerini paylaşarak sosyal medya platformunu bir dijital günlük olarak kullanmaktadırlar (Erişir ve Erişir, 2018). Ebeveynler yalnızca çocuklarıyla ilgili bilgileri paylaşmakla kalmayıp aynı zamanda ebeveynlik görevlerini doğrulamak, başka ebeveynlerden bilgi almak ve ebeveynliği paylaşmak için de sosyal medya platformlarını kullanmaktadırlar (Davis vd., 2021; Wagner ve Gasche, 2018). Sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımların başka bir ebeveynin deneyimini öğrenme, yakın çevre ile bağlantı kurma, geri bildirim alma ve ebeveynliğin desteklenmesi gibi ebeveyn açısından olumlu yönleri bulunmaktadır (Omur ve Uyar, 2022). Ebeveynlerin çocuklarıyla geçirdikleri eğlenceli vakitleri çevreleriyle paylaşımları sonucunda çocuğa ilişkin bilgiler dijital ortamda yayılmaktadır (Er vd., 2022; Girgin ve Gönal, 2020).

Paylaşılan fotoğraf ya da videolar çocuğu istismara ve ihmale açık hale getirmektedir. (Doğan Keskin vd., 2023). Bekdaş (2021) çocuk istismarını; ekonomik, duygusal ve cinsel istismar olarak 3 başlık altında incelemiştir. Ebeveynin çocuğunun mutlu ya da mutsuz hallerini paylaşması duygusal istismara; çocuk üzerinden ticari kazanç sağlaması ekonomik istismara ve çocuğun mahremiyet alanını paylaşması cinsel istismara neden olmaktadır (Bekdaş, 2021). Baştemur vd. (2021) ebeveynlerin çocuğun fotoğrafını paylaşmasını ve çocuk üzerinden kazanç

elde etmesini çocuk istismarı olarak açıklamışlardır. Her ne sebeple olursa olsun paylaşım, çocuk üzerinde bir takım risklerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Ebeveyn paylaşımlarının, çocuk üzerindeki etkisi sadece istismar ve ihmal ile sınırlı değildir. Dijital çocuk kaçırma ve dijital ayak izi çocuk üzerindeki diğer etkiler arasındadır. Çocuk hakları; Anayasa, Türk Ceza Kanunu, Türk Medeni Kanunu, Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ve İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ile korunmaktadır (Erdem, 2022; Zorluoğlu Yılmaz, 2021). Ebeveynler sosyal medya platformlarında çocuğun bilgilerini paylaşarak çocuğun dijital ayak izini oluşturmaktadır. Çocuk daha dünyaya gelmeden sosyal medyadaki paylaşım sayesinde bir kimlik kazanmaktadır. Aynı zamanda ebeveynin çocuğunun fotoğrafını sosyal medyada paylaşması sonucunda başka bir aile tarafından fotoğraf kopyalanarak sahte kimlik oluşturabilmektedir. Böylelikle aile kendi çocuklarıymış gibi dijital kimliği kullanabilmektedir (Baştumur vd., 2021). İngiltere'deki bir rapora göre ebeveynlerin paylaştığı fotoğraflar dijital kimlik sahtekarlığının üçte ikisini oluşturmaktadır (Coughlan, 2018).

Ebeveynler paylaşımlarına çocuklarını dâhil ederek çocuk üzerinde bir hak iddia etmektedirler. Eğer çocuğun yaşı küçük ise ebeveyn çocuğun kararlarına önem vermeden paylaşım yapmaktadır. Bazı araştırmalar da ebeveynin paylaşım yapmadan önce çocuğun fikrini sorduğu, bazı durumlarda ise çocuğun fikrinin sorulmadığı sonucuna varılmıştır. Türk ve İngiliz annelerin sharenting davranışı ile ilgili görüşlerinin incelendiğinde bir araştırmada, her iki kültürde çocuğun yaşının dikkate alınarak görüşlerinin alındığı ve İngiliz annelerin bazı durumlarda çocuğun görüşlerini dikkate almadıkları ortaya çıkmıştır (Günüç, 2020). Omur ve Uyar'ın (2022) 20 ebeveyn ile yaptığı araştırmada ise ebeveynlerin paylaşım yapmadan önce çocuklarından izin almadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Şimşek ve Ünal (2020) 8 yaşından küçük çocuğu olan 42 ebeveyn ile yapılan araştırmada, ebeveynlerin çoğunun çocuktan izin almadan paylaşım yaptıkları ortaya çıkmıştır. Ebeveynlerin paylaşım yapmadan önce çocuklarından izin almama sebebinin, çocuğun yaşının küçük olması ve çocuğun sosyal medya platformundan haberdar olmaması olduğu görülmüştür. Çocuğun yaşı arttıkça ebeveynler, sosyal medyada paylaşım yapmadan

önce çocuklarının fikirlerine önem vermektedirler (Morva ve Ünlü, 2021). Esgin vd. (2022) 388 üniversite öğrencisi ile yaptıkları araştırmada ebeveynlerinin paylaşımlarını incelemiş ve üniversite öğrencileri ebeveynlerinin kendilerine yönelik paylaşım yapmadan önce kendilerinden izin almaları gerektiğini belirtmişlerdir. Ebeveynin sosyal medya platformunda çocuğu ile ilgili paylaşım yapması halinde çocuğunun yaşını dikkate alarak çocuktan izin almasının doğru bir yaklaşım olacağı düşünülebilir.

Amaç

Bu çalışmada, Türkiye’de ebeveynlerin sharenting davranışını ele alan araştırmaların sistematik literatür taraması ile incelenerek genel eğilimlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıda yer alan sorulara cevaplar aranmıştır.

1. Türkiye’de ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarını ele alan araştırmaların;
 - 1.1. Veri tabanlarına göre dağılımı nasıldır?
 - 1.2. Yıllara göre dağılımı nasıldır?
 - 1.3. Yaklaşımları nelerdir?
 - 1.4. Araştırma modelleri nelerdir?
 - 1.5. Veri toplama araçları nelerdir?
 - 1.6. Örneklem seçim yöntemleri nelerdir?
 - 1.7. Örneklem boyutları nelerdir?
 - 1.8. Örneklem düzeyleri nelerdir?
 - 1.9. Veri analiz yöntemleri nelerdir?
2. Türkiye’de ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarının;
 - 2.1. İçerik türleri nelerdir?
 - 2.2. Etkilerini nelerdir?
 - 2.3. Nedenleri nelerdir?

Önem ve Gerekçe

İnternet hızının gelişmesi, yaygınlaşması ve akıllı cihazların kullanım oranlarının artması ile birlikte sosyal medya platformlarının kullanımı geniş kitlelere yayılmıştır. Ebeveynlerde dâhil olmak üzere bireyler; fotoğraf, video ve kişisel deneyimlerini paylaşmak için sosyal medya platformlarını kullanmaktadırlar (Cataldo vd., 2022). Ebeveynler için sosyal medya platformunu kullanmak hayatın bir parçası haline gelmiştir.

Ebeveyn, kişisel alan dışında çocuklarıyla ilgili bilgileri sosyal medyada paylaşarak çocuğun dijital kimlik kazanmasını sağlamaktadır (Davidson-Wall, 2018). Bu dijital kimlik daha çocuk dünyaya gelmeden ebeveynin paylaştığı ultrason görüntüleriyle başlayabilmektedir (Leaver, 2020). Ebeveyn sosyal medya platformunda çocuğu ile ilgili bilgileri çok sık paylaştığında çocuğun mahremiyet alanı tehlikeye girmektedir (Brosch, 2016). Alanyazındaki araştırmalar incelendiğinde ebeveynin sosyal medyada çocuğu ile ilgili paylaşımı mahremiyet alanı ile ilişkilendiren araştırmaların mevcut olduğu görülmektedir (Akpınar vd., 2020; Küçükali ve Serçemeli, 2019; Morva ve Ünlü, 2021;). Bir başka tehlike paylaşım sonucunda ortaya çıkan dijital çocuk kaçırmadır. Dijital çocuk kaçırma, ebeveynin çocuğuna ilişkin paylaştığı fotoğrafın başka bir kişi tarafından kullanılarak sanki kendi çocuğu gibi paylaşım yapmasıdır (O'Neill, 2015). Ortaya çıkabilecek bir diğer tehlike ise sosyal medya platformunda çocuk istismarının açık hale gelmesidir. Zorluoğlu Yılmaz (2021), ebeveynin paylaşımıyla ortaya çıkan çocuk istismarını; duygusal, cinsel, fiziksel ve ekonomik istismar olarak dört alt grupta incelemiştir. Ayrıca ebeveynin paylaştığı çocuk fotoğrafının yüz geliştirme programları kullanılarak değiştirilmesi bir başka tehlike olarak değerlendirilebilir. Bu tehlikeler odağında ebeveynlerin paylaşımlarında gizliliğe dikkat etmeleri önem arz etmektedir. Bu noktada annelerin babalara göre paylaşımlarında gizliliğe daha fazla dikkat ettiği görülmektedir (Omur ve Uyar, 2022).

Ebeveyn sosyal medya platformunda çocuğun rızasını almadan paylaşım yapmakta, paylaşımın nasıl olabileceğini ebeveyn karar vermekte (Ammari ve Schoenebeck, 2015) ve oluşabilecek tehlikelerin farkına varmamaktır. Çocuğun yaşı itibarıyla bazı ebeveynler çocuğun rızasını almadan bilgileri sosyal medyada paylaşmaktadır. Literatürde ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarında çocuğunun

rızasını alma/almama sebebini ve bu konuda çocukların düşüncelerini ortaya koyan araştırmalar oldukça sınırlı sayıdadır (Şimşek ve Ünal, 2020; Verswijvel vd., 2019). Türkiye’de sharenting davranışına yönelik, çocuğun görüşünün alındığı araştırma sayısı az olmakla birlikte bu konuda araştırmaların yapılması önem arz etmektedir (Esgin vd., 2022). Nitekim hem ebeveyn hem de çocuklar için sharenting davranışının gizlilik yönünün araştırılmasının gerektiği söylenebilir.

Sharenting yeni bir kavram olduğundan ulusal ve uluslararası literatürde sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır (Günüç, 2020). Bu bağlamda 2000 İngiliz ebeveynle yapılan bir anket araştırmasına göre ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili yaklaşık 195 fotoğraf paylaştıkları, gizlilik ve telif hakkı konusunda endişe duymadıkları sonucuna ulaşılmıştır (Blum-Ross, 2015). 168 Polonyalı ebeveynin Facebook hesabı incelendiğinde ise çocuklarının mahremiyetini ihlal ettiği ve onlardan izin alınmadan paylaşım yaptığı tespit edilmiştir (Brosch, 2016). Sekiz Danimarkalı ebeveyn ile yürütülen çalışmada, çocuklarının mahremiyetini göz ardı ederek yaptıkları paylaşımlarla çocuklarının dijital ayak izlerini oluşturan ebeveynlerin hem şu anda hem de gelecekte karşılaşılabilecekleri birtakım riskler olmasına rağmen bu davranışın toplumsal bir norm haline geldiğini belirtmektedirler (Damkjaer, 2018). Dahası 817 Belçikalı ergenle yürütülen araştırmada ebeveynlerin paylaşımlarının çocuklarının gelecekteki gizliliğini nasıl etkileyebileceğini tam olarak kavrayamadıkları görülmektedir (Verswijvel vd., 2019). Türkiye’de ise ebeveynlerin çocuklarına yönelik sosyal medya paylaşımlarını ele alan araştırmalar 2016 yılında yapılmaya başlanmıştır. Ebeveynlerin sosyal medya paylaşım eğilimlerini belirlemek amacıyla 94 ebeveyn ile araştırma yapılmıştır (Maraşlı vd., 2016). Erişir ve Erişir (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, 25 ebeveynin Instagram platformunda paylaşım yapmaları sonucunda ortaya çıkan hukuksal problemleri ele almıştır. Üniversite de çalışan 0-13 yaş aralığında çocuğu olan 464 ebeveyn ile yapılan bir araştırmada, ebeveynlerin sharenting konusunda farkındalığını artırmak ve dikkat çekmek amaçlanmıştır (Akpınar vd., 2020).

Sharenting kavramı önemini koruyarak zamanla araştırma sayısı artmaya devam etmektedir. Araştırmacılar sharenting davranışını farklı yönleriyle ele alarak incelemektedirler. Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalarda; ebeveynlerin sosyal medya platformlarındaki paylaşım davranışları (Aslan, 2022;

Balaban, 2022), ebeveynlerin paylaşımı sonucunda ortaya çıkan çocuk mahremiyeti, ebeveynlerin dijital becerileri ve bağımlılıkları (Morva ve Ünlü, 2021; Omur ve Uyar, 2022), ebeveyn paylaşımının hukuksal boyutu (Erdem, 2022; Erişir ve Erişir, 2018; Girgin ve Gönal, 2020; Zorluoğlu Yılmaz, 2021), ebeveyn paylaşım sonucunda oluşan dijital ayak izi (Altun, 2019), ebeveynlerin paylaşım içeriği (Baloğlu, 2023; Er vd., 2022), ebeveynleri çocukla ilgili paylaşımını etkileyen nedenler (Aydoğdu vd., 2023; Kopuz vd., 2022; Turgut vd., 2021), ebeveynlerin paylaşım görüşleri (Günüç, 2020; Şimşek ve Ünal, 2020), ölçek geliştirme (Alemdar, 2022; Alemdar ve Kahraman, 2023; Göral, 2022; Kopuz, 2021), farkındalık düzeyini artırmak (Akpınar vd., 2020; Eyryce, 2022) ve çocuk istismarı (Doğan Keskin vd., 2023) konuları incelenmiştir.

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalar incelendiğinde araştırmaların eğilimlerini sistematik literatür taraması ile ortaya koyan herhangi bir araştırmanın mevcut olmadığı görülmüştür. Bu doğrultuda ulusal ölçekte sharenting davranışını ele alan araştırmaların analiz edilerek yorumlanması; sharenting davranışının kapsamlı incelenmesi, çok yönlü doğasının anlaşılması, politika yapıcılara ile araştırmacılara yol göstermesi açısından önem arz etmektedir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalar; Temmuz 2024 yılına kadar yapılan yayınlar ve Ulusal Tez Merkezi, TR Dizin, Dergipark, Web of Science, Scopus ve ERIC veritabanları ile sınırlıdır.

Araştırmanın Varsayımları

Çalışma kapsamında belirlenen veritabanları ve anahtar kelimelerle Türkiye’de sharenting davranışını ele alan tüm araştırmalara ulaşıldığı varsayılmıştır.

Tanımlar

Sosyal medya: Web 2.0 teknolojiyle birlikte kullanıcılara içerik oluşturma, paylaşma ve düzenleme fırsatı veren (Kaplan ve Haenlein, 2010) ve aynı zamanda paylaşılan içeriğin etkileşimli olmasını sağlayan İnternet tabanlı bir platformdur (Evans ve Mckee, 2010; Sayımer, 2008).

Sharenting: Ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili fotoğraf ve bilgileri sosyal medya platformlarında paylaşmasıdır (Brosch, 2016).



1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu kısımda sosyal medya kavramı, sosyal medya kullanımı, sosyal medya platform sınıflandırılması, sosyal medya platform özellikleri, ebeveynlik, ebeveynlik görevleri, dijital ebeveynlik, sharenting, sharenting hukuksal boyutu, ulusal ve uluslararası alanda yapılan araştırmalar konu başlıkları yer almaktadır.

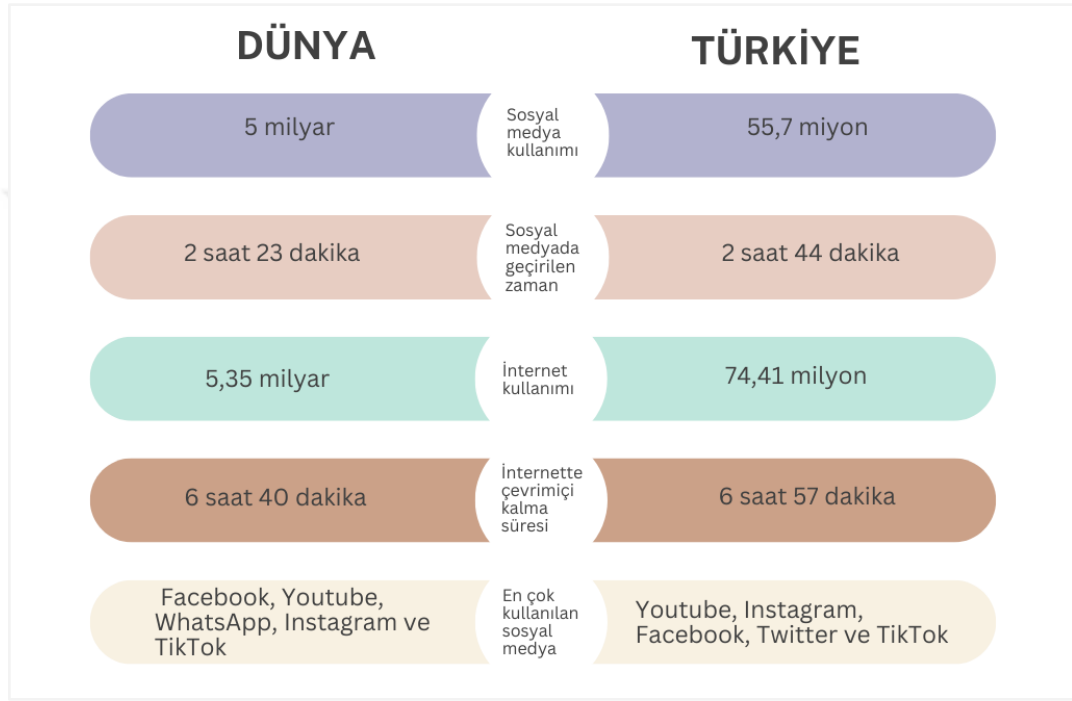
1.1. Sosyal Medya

1.1.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medyanın ortaya çıkışı İnternet'in gelişmesi sayesinde olmuştur. İnternet, Amerika Savunma Bakanlığının 1969 yılında geliştirdiği ARPANET adlı projenin gelişip dünyaya yayılmasıyla ortaya çıkmıştır (Gönenç, 2003). İnternet ilk başta Web 1.0 teknolojisi ile kullanılmıştır. Zamanla gelişerek insanların pasif kullanıcı oldukları Web 1.0'dan aktif kullanıcı oldukları Web 2.0'a dönüşmüştür. Bu dönüşümle sosyal medya kavramı ortaya çıkmıştır (Altunay, 2010; Kaplan ve Haenlein, 2010). Sosyal medya; bireylerin, grupların veya kuruluşların kullanıcıları tarafından içerik oluşturmayı, oluşturulan içeriği paylaşmayı, diğer kullanıcılarla birlikte işbirliği yapmayı ve etkileşime geçerek iletişim halinde olmayı sağlayan web tabanlı bir platformdur (McCay-Peet ve Quan-Haase, 2017). Boyd ve Ellison'a (2007) göre sosyal medya, kullanıcıların sistem üzerinden profil oluşturmalarını, diğer sosyal medya kullanıcılarının profillerini ziyaret ederek takip etmelerini sağlayan bir platformdur. Sosyal medyanın birçok temel özelliği bulunmaktadır. Mavnacıoğlu'na (2009) göre sosyal medyanın temel özelliği; üretilen içeriğin istenilen mekan ve zamanda kolaylıkla paylaşılması ve bireylerin birbirini takip ederek sohbet etmesidir. Lietsala ve Sirkkunen'e (2008) göre sosyal medyanın beş temel özelliği; kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriğin paylaşılması, kullanıcılar arasında etkileşimin olması, oluşturulan içeriğin tartışılması, sosyal medyanın kullanımı için İnternet olması ve kullanıcıların hesap oluşturabilmesidir. Sosyal medya, kullanıcılara bilgi edinme, arkadaşlığı sürdürme, paylaşım yapma fırsatı vermesi sebebiyle önemli bir hale gelmiştir (Duggan vd., 2015).

1.1.2. Sosyal Medya Kullanımı

Dünyada ve Türkiye’de sosyal medya kullanım oranı, sosyal medyada geçirilen zaman, İnternet kullanımı, İnternet’te çevrimiçi kalınan süre ve en çok kullanılan sosyal medya platformları ile ilgili veriler WAS raporuna göre sunulmuştur. Bu raporda dünya genelindeki dijital veriler detaylı bir şekilde yer almaktadır. Bu veriler Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Dünyada ve Türkiye’de sosyal medya kullanımı

Şekil 1 incelendiğinde hem dünyada hem de Türkiye’de toplam nüfusa göre benzer oranda bireyin sosyal medya kullandığı görülmüştür. Ancak İnternet kullanım oranı açısından bakıldığında Türkiye’nin nüfusa oranla dünya ortalamasının üstünde yer aldığı ve Türkiye’deki her 10 bireyden 9’unun İnternet kullandığı tespit edilmiştir. Kullanım oranlarının yanı sıra sosyal medya ve İnternet’te geçirilen sürenin Türkiye’de dünya ortalamasının üstünde yer aldığı ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte dünyada Facebook ve Youtube en popüler sosyal medya platformları iken Türkiye’de Youtube ve Instagram olduğu belirlenmiştir. Bu raporda Türkiye’de sosyal medya platformlarını kullanan birey sayısı Youtube 57,50 milyon, Instagram 57,10 milyon, Facebook 34,35 milyon ve TikTok 37,73 milyondur. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2024 raporuna göre de en fazla kullanılan sosyal medya platformları

sırasıyla; %86,2 ile WhatsApp, %71,3 ile YouTube ve %65,4 ile Instagram olduğu görülmüştür. Ayrıca hem Türkiye’de hem de dünyada en az tercih edilen sosyal medya platformu Tiktok’tur.

1.1.3. Sosyal Medya Platform Sınıflandırılması

Sosyal medya platformlarının sınıflandırması sırasıyla “sosyal ağ siteleri”, “blog”, “mikroblog”, “içerik paylaşım siteleri”, “sosyal imleme siteleri”, “wiki”, “podcast” ve “forum” şeklindedir (Akıncı Vural ve Bat, 2010; Constantinides ve Fountain, 2008; Kennedy vd., 2007; Mayfield, 2008). Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalar incelendiğinde en çok içerik paylaşım siteleri üzerinden araştırmalar yapılmıştır.

Sosyal Ağ Siteleri: Ebeveyn dâhil her bir kullanıcı web ortamında bir profil sayfası oluşturur. Bu profil sayfası her kullanıcının kolayca ulaşabileceği şekilde erişime açıktır. Kullanıcılar birbirlerine davet isteği göndererek takip etmeye başlarlar (Mayfield, 2008). Zamanla geniş kitlelere ulaşabilen kullanıcı fotoğraf, video ve bilgileri sosyal ağ sitelerinde paylaşmaya başlar. Sosyal ağ sitelerinden biri de LinkedIn’dir. Türkiye’de 2023 yılında toplam üye sayısı 13 milyon iken, 2024 yılı itibarıyla toplam üye sayısı 16 milyondur. Bir yıl içerisinde üye sayısı 3 milyon artmıştır (Kemp, 2024).

Bloglar: İnternet tabanlı ortamda kullanıcıların ne hissettikleri ve bir durum hakkında açıklama yaptıkları platformlardır. Kullanıcıların belli amaçlar doğrultusunda kullandığı blog türleri vardır. Bunlar; kişisel blog, siyasi blog, iş blogu ve medya blogudur (Mayfield, 2008).

Mikroblog: Kullanıcılar tarafından kullanımı kolay olması sayesinde hızlı bir şekilde geniş kitlelere yayılmaya başlamıştır. Bloglardan farkı paylaşılan içerik kısa ve özdür.

İçerik Paylaşım Siteleri: Benzer ilgi alanlarına sahip sosyal medya kullanıcılarının fotoğraf, video ve çeşitli medyaları paylaşarak içerik oluşturdukları topluluklardır. Kendi içeriklerinin yanında başka kullanıcıların içeriklerini de görebilmektedirler (Anderson, 2007). Karşılıklı etkileşim sayesinde kullanıcılar birbirlerinin içerikleri hakkında yorum yapabilmektedirler (Akar, 2010). Kullanıcılar

tarafından tercih edilen içerik paylaşım toplulukları; Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, Tiktok ve Pinteresttir.

Wiki: Kullanıcıların web sitelerinde yeni sayfa oluşturup düzenleme yapmasını ve sayfalar arasında bağlantı kurmasını sağlayan yapılardır. (Wiki, 2024). Wiki sitelerinden en çok tanınanı Wikipedia'dır. Wikipedia açık kaynaklı bir site olduğundan kullanıcılar herhangi bir bilgiyi değiştirebilir ve üstüne ekleme yapabilirler. Bu durum bilginin kullanıcılar tarafından değiştirilmesine fırsat verdiğinden bilgi kirliliğine sebep olabilmektedir.

Podcasting: Kullanıcıların İnternet üzerinden medya aracı ya da bilgisayar ile dijital seslerin paylaşılmasını sağlamaktadır (Bell, 2009; Gönenli ve Hürmeriç, 2012). Eğlence, eğitim ve iş amaçlı kullanılmaktadır.

Forum: Kullanıcılar forum sitesine giriş yapıp diğer kullanıcıların başlattığı tartışmaya katılabilir veya kendileri bir tartışma başlatabilirler (Kujawski vd., 2007). Diyalog temelli olan forumlar, kullanıcıların soru sormasına ve bu sorulara cevap verilmesine olanak sağlayan araçlardır.

1.1.4. Sosyal Medya Platform Özellikleri

Sosyal medya platformu bireylere; fotoğraf, video ve yazılı metinden içerik üretmeye, üretilen içeriğin etkileşimli bir şekilde paylaşılmasına fırsat vermektedir (Evans ve Mckee, 2010; Sayımer, 2008). Mayfield (2008) sosyal medya özelliklerini katılım, açıklık, karşılıklı konuşma, topluluk ve bağlantısallık kavramlarıyla tanımlamıştır ve bu kavramları şu şekilde açıklamıştır:

- Katılım: Sosyal medya, kullanıcılarını katılıma teşvik ederek sosyal medya aracı ile kullanıcı arasındaki mesafeyi ortadan kaldırır.
- Açıklık: Sosyal medya araçları, katılımcılara açıktır.
- Karşılıklı konuşma: Sosyal medya, kullanıcıların paylaşımlarına yorum yaparak iki yönlü etkileşim sağlamaktır.
- Topluluk: Sosyal medyada kullanıcılar, topluluk oluşturarak etkileşim halinde kalmış olurlar.
- Bağlantısallık: Sosyal medya platformları; web siteleri, kişiler ve kaynaklarla bağlantı kurulmasını sağlayan ara bağlantılar sunmaktadır.

Sosyal medya platformlarından en çok kullanıcıya sahip Facebook ve Instagram'dır. Dünya genelinde İnternet'in kullanımına bağlı olarak sosyal medya platformlarının kullanımı yaygınlaşmıştır. Özellikle Facebook en çok kullanılan sosyal medya platformlarının başında gelmektedir (Amichai Hamburger ve Vinitzky, 2010). 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook ilk önce üniversitelerde yaygınlaşarak gelişmiş, zamanla medya ve finansman konularına değinilerek sosyal medyaya dâhil olmuştur (Ayan, 2016). Facebook; yakın çevre ile iletişim kurmak, gruplar oluşturmak (Szeto vd., 2021), eğlenceli vakit geçirmek ve eğitim amaçlı (Rampai, 2013) kullanılmaktadır. Instagram dünya genelinde en çok kullanılan sosyal medya platformu olarak üçüncü sırada yer almakta (WAS, 2024) ve son zamanlarda popüler bir araç haline gelmiştir. Fotoğraf ve videoların dijital ortamda paylaşılması amacıyla Kevin Systorm ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında geliştirilmiştir. Instagram kullanıcıları, herkese açık profile sahipse başka kullanıcıları takip ederek paylaşımları görebilir ve yorum yapabilir (Hu vd., 2014).

1.2. Ebeveynlik

Ebeveyn, Türk Dil Kurumuna (TDK) (2022) göre anne ve baba anlamına gelirken, ebeveynin İngilizce karşılığı olan parent Collins sözcüğüne göre anne veya baba anlamına gelmektedir. Tanım olarak ebeveynlik, doğumdan ölüme kadar olan süreçte çocuğun her yönden ihtiyaçlarının karşılanması anlamına gelmektedir. Aynı zamanda ebeveynlik, bireyin yaşamını değiştiren deneyim sağlamaktadır (Walrave vd., 2023).

1.2.1. Ebeveynlik Görevleri

Ebeveynin çocuğuna yönelik bir takım görevleri vardır. Ebeveynin hak ve sorumlulukları Türkiye Cumhuriyeti Anayasası ve Türk Medeni Kanunu'nun ilgili maddelerinde belirtilmiştir. Anayasada ailenin korunması ve çocuk hakları adı altında "Her çocuk, korunma ve bakımdan yararlanma, yüksek yararına açıkça aykırı olmadıkça, ana ve babasıyla kişisel ve doğrudan ilişki kurma ve sürdürme hakkına sahiptir." şeklinde açıklanmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 2709, 1982, Md. 41). Türk Medeni Kanunu'nun üçüncü bölümünde hak ve sorumluluk başlığı altında "Evlenmeyle eşler arasında evlilik birliği kurulmuş olur. Eşler, bu birliğin

mutluluğunu elbirliğiyle sağlamak ve çocukların bakımına, eğitim ve gözetimine beraberce özen göstermekle yükümlüdürler.” şeklinde açıklanmıştır (Türk Medeni Kanunu, 2001, Md. 185). Ebeveynlik görevlerini yerine getirebilmek için ebeveynler, farklı kaynaklardan bilgi almaktadırlar. Bu kaynaklardan biri de sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya platformları ebeveynin kişisel alan uygulamasından çıkıp çocuğu ile ilgili fotoğraf, video ve her türlü bilginin paylaşıldığı ortama dönüşmeye başlamıştır (Brosch, 2016; Maraşlı vd., 2016).

Literatürde çocuk yetiştirilmesi üzerine kullanılan yaklaşımlar ebeveynlik stilleri olarak adlandırılmaktadır. Baumrind (1971) ebeveynlik uygulamalarını bir bütün olarak ele alarak ebeveynlik stillerini demokratik, otoriter ve izin verici tutum olarak sınıflandırmıştır. İlerleyen araştırmalarda ebeveynlik stillerine aşırı koruyucu tutum da eklenmiştir (Yılmaz, 2020). Bu ebeveynlik stilleri şu şekilde açıklanabilir:

Demokratik tutuma sahip ebeveynlerin çocuklarına karşı ilgisi ve onlardan beklentisi yüksektir. Ebeveyn, çocuğun uyması gereken kuralları nedenleriyle birlikte önceden söyler. Eğer çocuk yanlış bir davranışta bulunursa ebeveyn yol gösterici tutum sergiler (Saylık ve Yalçın, 2018). *Otoriter tutuma* sahip ebeveynlerin çocukları mutsuz, kaygılı ve saldırgan davranış gösterme eğilimindedir (Yılmaz, 1999). Ebeveyn çocuğun uyması gereken kuralları koşulsuz kabul etmesini ister. Kurallara uymadığı zaman ceza verir. Demokratik tutum ebeveynliğine göre duyarlılığı düşüktür (Saylık ve Yalçın, 2018). *İzin verici tutuma* sahip ebeveynler çocuğa karşı ilgili, çocuktan beklentileri düşük ve çocuğun davranışlarına sınır koymayıp onları özgür bırakanlardır. İzin verici tutum ebeveynliği ile yetişen çocuklar gelecekte kurallara uymakta zorluk yaşarlar. *Aşırı koruyucu tutuma* sahip ebeveynler çocuklarını aşırı korur ve onlar adına karar alırlar. Bu durum çocuğun ebeveyne bağlı kalmasına neden olmaktadır.

1.2.2. Dijital Ebeveynlik

Çağın getirdiği bir takım görev ve sorumluluklar ile birlikte ebeveynlerin görev ve sorumluluklarını da güncellenmektedir. Bunlardan biri de ebeveynler, dijital ebeveyn olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Dijital ebeveynlikte beklenen görev ebeveynin çocuğunu dijital dünyaya karşı koruması ve ona nasıl korunacağı ile ilgili rol model olmaktır (Yurdakul vd., 2013). Literatürde dijital ebeveynlikle ilgili birçok

tanım ve özellikler yer almaktadır. Yurdakul vd. (2013) göre dijital ebeveynlik; dijital çağın özelliklerine sahip olan, dijital platformları kullanmayı bilen, çocuğu dijital dünyaya karşı koruyabilen, çocuğun kişilik haklarına saygı duyan ve teknolojik gelişmelerin farkına varabilen kişiler olarak tanımlamıştır.

Literatürde ilgili araştırmalar incelendiğinde dijital ebeveynlik kavramına yer veren araştırma olduğu görülmüştür. Altun (2019), okul öncesi grubu öğrencilerle gerçekleştirdiği çalışmada ebeveynlerin dijital rollerini araştırmıştır. Araştırmada, dijital ebeveynlik rolleri olarak çoğu ebeveynin, çocuğun sosyal medya kullanımıyla ilgili süre belirlediklerini tespit etmiştir (Altun, 2019). Dijital ebeveynlikten beklenen görevlerin yerine getirilebilmesi için ebeveynlerin dijital beceriye sahip olması gerekmektedir. Ebeveynler zamanla web sitesi kullanmayı, sanal ortamda diğer ebeveynler ile iletişime geçmeyi ve ebeveynliğe ait bilgileri öğrenebilir. Tüm bunlar ebeveyn sorumluluklarının artmasına sebep olabilmektedir. Bu yüzden ebeveynin, dijital ebeveynlik rollerine hakim olması gerekmektedir. Dijital ebeveynlik rolleri; dijital okuryazarlık, farkında olma, kontrol, etik ve yenilikçi olarak sınıflandırılmıştır (Yurdakul vd., 2013).

Dijital okuryazarlık; ebeveynin temel düzeyde teknolojiye hakim olmasını, teknolojik sorunlara çözüm üretmesini, İnternet'i kullanma becerisine sahip olmasını, yenilikleri takip etmeye istekli olmasını ve bilgi ve iletişim teknolojilerinde gizlilik ayarlarına dikkat etmesini gerektirir. *Farkında olma*, ebeveynin dijital ortamda yaşanabilecek sorunların farkında olmasıdır. Bunun için ebeveynin İnternet'te karşılaştığı sorunları ve riskleri fark etmesi, İnternet bağımlılığının farkında olması ve çocuğun İnternet'te ne yaptığını bilmesi gibi birtakım becerilere sahip olması gerekmektedir. *Kontrol*; ebeveynin çocuğu dijital ortamda yalnız bırakmayıp kontrol etmesini, filtre programlar ile çocuğun hangi siteleri ne zaman ve ne kadar süre kullanacağı ile ilgili kılavuz hazırlamasını ve çocuk için belirlenen tüm kurallara uymasını gerektirmektedir. *Etik*, ebeveynin İnternet ortamında ulaştığı bilginin doğruluğunu kontrol etmesi ve ulaştığı bilginin hak sahibine uygun davranmasıdır. *Yenilikçilik*; ebeveynin yeniliklere açık olması, yenilikleri öğrenmeye istekli olması, takip etmesi ve tüm yönleri ile değerlendirip olumlu ve olumsuz taraflarının farkında olmasıdır.

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), ebeveynlerin rollerini belirten bir çerçeve geliştirmiştir. Bu roller; bağlantı, davranış kontrolü, bireyselliğe saygı, uygun davranışın modellenmesi, tedarik ve korumadır (DSÖ, 2007). *Bağlantı*, ebeveyn ve çocuk arasında kurulan güven bağı çocuğun gelişimine katkı sağlar. Bu güven bağı sayesinde çocuk dijital ortamda olumsuz bir durumla karşılaştığında ebeveyn ile paylaşma eğiliminde olacaktır (Georgiev vd., 2017; Logar vd., 2017). *Davranış kontrolü*; ebeveynin çocuğun davranışlarını izlemesi, denetlemesi ve olumsuz bir davranış sergilemesi durumunda ise uyulması gereken kuralları nedenleriyle birlikte açıklamasıdır (Mascheroni vd., 2018). *Bireyselliğe saygı*, ebeveynin çocuğun dijital ortamda bağımsız hareket etmesine izin vermesidir. Bu noktada ebeveynlerin çocuğunun yaşına dikkat etmesi gerekmektedir (Mascheroni vd., 2018). Özellikle 9-11 yaş aralığında olan çocuklar dijital ortamda bilginin doğruluğunu ayırt etmede zorlanmaktadır (Byrne vd., 2016). *Uygun davranışın modellenmesi*, çocukların ebeveyninin davranışını taklit etmesidir. Ebeveynin vaktinin çoğunu dijital ortamda geçirmesi çocuğunun da aynı davranış sergilemesine sebep olabilir (Mascheroni vd., 2018). *Tedarik ve koruma*, ebeveynin çocuğunu dijital ortamın olumsuz etkilerine karşı korumasıdır.

1.3. Sharenting

Sharenting davranışının yerine getirilmesi için paylaşım yapılan gönderinin geniş bir kitle tarafından görülmesi ve çocuğun tanınması gerekmektedir (Alemdar, 2022). Sharenting davranışı gelişerek yaygınlaşmaya başlamıştır. Instagram kullanıcısı ebeveynler ile yapılan araştırmaya göre; ebeveynlerin çocuklarının en az bir fotoğrafını sosyal medya platformunda paylaştıkları tespit edilmiştir (Balaban, 2022). Yapılan başka bir araştırmaya göre de ebeveynin kendi sosyal medya hesabında paylaşımlarının büyük çoğunluğunun çocuğu ile ilgili fotoğraflar olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Baştamur vd., 2021).

Sosyal medyada paylaşım yapan ebeveyn anne, baba ya da her ikisi de olabilir. Yapılan araştırmalar neticesinde en çok paylaşım yapan ebeveyn anne (Er vd., 2021) olarak belirlense de babalar tarafından yapılan paylaşımlar araştırma konusu olmaya devam etmektedir. Türkiye’de 10 yaş üstü çocuğu olan ebeveynlerle yapılan araştırmada, sosyal medya platformunda hem anne hem de babaların

çocukları ile ilgili gönderilerinin incelendiği çalışmalar yapılmıştır (Balaban, 2022). Bu kısımda önemli olan hangi ebeveynin paylaşım yaptığından ziyade ebeveynlerin paylaşım sıklığı ve içeriğidir. 196 sosyal medya kullanıcısı ebeveyn ile yapılan çalışmada annelerin babalara göre daha sık paylaşım yaptığı tespit edilmiştir (Ocakoglu vd., 2023). Ebeveynin çocuğu ile ilgili gönderi paylaşmadan önce izin alması ve gizliliğe dikkat etmesi önem arz etmektedir. 20 ebeveyn ile yapılan görüşme neticesinde ebeveynler paylaşım yapmadan önce çocuklarından izin almadıkları sonucuna ulaşılmıştır (Omur ve Uyar, 2022). 15 ebeveyn ile görüşme yapılan bir başka araştırmada ebeveynler gönderi paylaşımında çocuğun yaşını dikkate alarak onay aldıklarını belirtmişlerdir (Morva ve Ünlü, 2021). 200 İngiliz ebeveyn ile yapılan bir araştırmada ebeveynlerin %46'sının gizlilik ayarlarına dikkat ettiği, %17'sinin de gizlilik ayarlarına dikkat etmediği görülmüştür (Blum-Ross ve Livingstone, 2017).

Türkiye'de ebeveynin sosyal medya platformlarında paylaşım yapmasına iten nedenler birden fazla olabilmektedir. Ebeveyn; sosyal ortamda kurduğu iletişim ile yalnızlığı paylaşmak (Erişir ve Erişir, 2018), ebeveynlik görevi ile ilgili eğitici bilgileri öğrenmek (Blum-Ross, 2015) ve toplum tarafından var olduğunu ispatlamak (Blum-Ross ve Livingstone, 2017) gibi nedenlerle paylaşım yapmaktadır. Ayrıca ebeveynler; paylaşımın mutluluk vermesi, mutluluklarını paylaşması ve anı biriktirmek için çocuğu ile ilgili gönderileri paylaşmaktadır (Omur ve Uyar, 2022). Dünyada yapılan araştırmalara bakıldığında zaman ebeveynler; ebeveynlik görevini, mutluluklarını ve ebeveynlikte karşılaştıkları sorunlara çözüm bulmak için paylaşım yapmaktadırlar (Brosch, 2016).

Ebeveynlerin paylaştıkları içeriğe bakıldığında genellikle çocuğun cinsiyet partisi, doğum günü partisi ve mezuniyet günleri gibi özel anları ve günlük yaşam aktiviteleri gönderi olarak paylaşılmaktadır. 4-6 yaş aralığında çocuğu olan 401 ebeveyn ile yapılan anket sonucunda ebeveynin çocuğuyla birlikte yaptığı geziler, seyahatler ve tatiller, okulda geçirilen zaman ve etkinlikler, doğum günü ve dış partisi gibi özel günler ve ev içinde geçirilen zaman sharenting davranışının içeriğini oluşturmaktadır (Aslan ve Durmuş, 2020). 25 ebeveyn ile yapılan başka bir araştırmada ise ebeveynlerin gönderi paylaşımında çocuğun ismini ve yerini belirttikleri ayrıca çocuğun özel gönderilerini paylaştıkları tespit edilmiştir (Erişir ve

Erişir, 2018). Ayrıca ebeveynler çocuğu ile ilgili komik bulduğu fotoğrafları da paylaşabilmektedirler (Kopecky vd., 2020).

Sharenting davranışı hem ebeveyn hem de çocuk üzerinde bir takım etki bırakmaktadır. Ebeveyn üzerinde sosyal medya platformunda keyifli vakit geçirmek (Er vd., 2021), çocuk üzerinden kontrol sağlamak (Morva ve Ünlü, 2021) ve paylaşım ile birlikte geniş bir kitleye ulaşmak (Girgin ve Gönal, 2020) gibi etkiler bırakırken, sharenting davranışı çocuk üzerinde daha çok etki bırakmaktadır. Mahremiyet, çocuk istismarı, dijital çocuk kaçırma, dijital ayak izi ve çocuğun risklere karşı kendini savunamama bu etkiler arasında yer almaktadır. DSÖ, çocuk istismarını çocuğun sorumluluğunu alan kişinin çocuğun gelişimsel ihtiyaçlarının karşılanmasını ihmal edilmesi olarak ifade etmektedir (DSÖ, 2020). Bu istismar; ekonomik, cinsel, duygusal ve fiziksel olarak dört farklı türde olabilmektedir. Çocuğa bakmakla sorumlu olan anne, baba ya da bakıcı çocuğun tüm yönden ihtiyaçlarının eksik bırakılması sonucunda çocuk duygusal, fiziksel, ekonomik ve cinsel istismarlara maruz kalabilmektedir (Kepenekçi, 2001; Polat, 2004; Runyan, 2002). Ekonomik istismar, çocuğun haklarının ihlal edilmesi, düşük ücretli çalıştırılması ve gelişimi için yeterli ihtiyaçların karşılanmamasıdır (Işıklı, 2008). Fiziksel istismar; 18 yaş altındaki bir çocuğun bakımından sorumlu olan kişinin çocuğa fiziksel olarak zarar vermesi ve bundan çocuğun zarar görmesidir (Hancı, 2002; Polat, 2004; Taner ve Gökler, 2004). Duygusal istismar; çocuğun psikolojik açıdan ihmale maruz bırakan, yapılması gerekeni yapmayarak ihmal eden ve sosyal açıdan çocuğa zarar veren tüm davranışlardır (Polat, 2007). DSÖ'ye (2020) göre çocuk gelişimsel olarak hazır olmadığı ve rıza göstermediği durumda cinsel istismara maruz kalabilmektedir. Ebeveyn, çocuk istismara maruz kaldığı durumda kendini suçlu hissediyorsa çocukta duygusal hasar daha fazla olmaktadır (Ollier ve Hobday, 2004, s.14). Özellikle istismara uğrayan kişi bir yetişkin olduğunda sonraki nesillere istismarı aktarma olasılığı artacaktır (DSÖ, 2020). Türkiye'de yapılan bir araştırmada ebeveynlerin sosyal medya gönderi paylaşımının çocuk istismar ve ihmali üzerinde bir inceleme yapılmıştır. Sosyal medya kullanıcılarının zamanla artması sonucunda sharenting davranışında çocuk istismarına yönelik önlemler alınması gerektiği belirtilmektedir (Doğan Keskin vd., 2023). Sosyal medyada yapılan paylaşımların kötü niyetli kişiler tarafından kullanılarak başkalarının çocuğunun yüzünü sanki

kendi çocuğu gibi paylaşım yapması dijital çocuk kaçırma kavramını ortaya çıkarmıştır. Hatta çocuğun ad, soyad ve doğum tarihinin paylaşımı dijital kimliğin çalınmasına sebep olmaktadır (Çimke vd., 2018). Bu durum, sharenting davranışının yarattığı risklerden biri olarak kabul edilebilir. Nitekim yapılan bir araştırmada ebeveynlerin %72,5'inin yaptıkları paylaşımın çocuk üzerinde herhangi bir risk oluşturmadağı kanısında oldukları tespit edilmiştir (Kopecky vd., 2020).

1.4. Sharenting Hukuksal Boyutu

Sosyal medya platformunda izin almadan başkasına ait fotoğraf, video ve bilgilerin paylaşımı özel hayatın gizliliğinin ihlal edilme sebeplerinden biridir (Kaya, 2015). Ebeveynlerinde sosyal medya platformunda çocuğuyla ilgili paylaşımlarda bulunması, bir takım hakların ihlaline neden olmaktadır (Zorluoğlu Yılmaz, 2021). Bu haklar; 1982 Anayasası, Türk Medeni Kanunu, Kişisel Verileri Koruma Kanunu ve Türk Ceza Kanunu ile koruma altına alınmıştır.

1982 Anayasanın 2. maddesinde “Türkiye Cumhuriyeti sosyal bir devlettir.” kısmı yer almaktadır. Sosyal bir devletin korumaya en muhtaç olduğu kesim çocuklardır (Akyüz, 2020). Anayasanın çocuk haklarına ilişkin düzenlemeleri; 10. maddesinin 3. fıkrasında çocuklar kanun önünde eşitlik ilkesine aykırı sayılamaz olduğu, 3. bölümde sosyal ve ekonomik haklara çocuk hakları dâhil edilmesi ve 61. madde ile çocukların sosyal güvenlik açısından korunması gerektiğı yer almaktadır.

Türk Medeni Kanununa göre çocuk, anne ve babanın velayeti altındadır. Velayet; anne ve babanın çocuğun gelişimi, eğitimi, sağlığı, maddi ve manevi varlığı ile ilgili tüm hakların kapsamı anlamına gelmektedir (Zorluoğlu Yılmaz, 2021). Ebeveyn birçok sebepten dolayı çocuğu ile ilgili bilgileri sosyal medya platformunda paylaşmaktadır. Ebeveynler çocuğun en özel anları olan okul yaşantısı, mezuniyet ve doğum günü kutlamalarını paylaşmakta (Kumar ve Schoenebeck, 2015) ayrıca sosyal bir ortamda var olduklarını hissetmek ve hissettirmek için sosyal medya platformunu kullanmaktadırlar (Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Yapılan tüm paylaşımlarla birlikte ebeveyn ve çocuk dijital ortamda kimlik kazanmış olmaktadır (Latipah vd., 2020). Dijital kimlik, paylaşım sonucunda bireylerin doğumdan günlük yaşantısına kadar tüm bilgilerin sanal ortamda yer almasıdır (Erdoğan, 2019). Ebeveyn, çocuktan izin almadan paylaşım yaparak dijital kimlik kazanmasını sağlamaktadır (Kopecky

vd., 2020). Bunun neticesinde çocuk sosyal medya platformu ile tanışmadan dijital ortamda kimlik kazanmaya başlamaktadır (Steinberg, 2016). Ebeveynler, çocuğu ile ilgili bilgileri ya da utanç verici bir fotoğrafı paylaştığında bu durumun sosyal medya platformunda nasıl yorumlanacağını bazen bilemezler (Brosch, 2016). Bu yüzden ebeveyn çocuk üzerinde hak ve sorumluluk sahibi olup gerekli yükümlölükleri yerine getirmelidir (Steinberg, 2016). Ayrıca Türk Medeni Kanun'unun 24. maddesine göre kişilik hakları saldırıya uğrayan kimse, korucu ve önleyici tedbir kapsamında yasal korunma talebinde bulunabilir. Böylelikle kişi kanunla koruma altına alınabilir.

Kişisel Verileri Koruma Kanunun 3. maddesi kişisel bilgiler kısmını oluşturmaktadır. Bireyin; adı, soyadı, fiziksel özelliğı, telefon numarası, eğitim bilgisi, sağlık bilgisi ve fotoğraf gibi tüm unsurlar kişisel bilgiler kısmında yer almaktadır (Erdem, 2022). İlgili maddeye göre ebeveynin çocuğına yönelik bu bilgileri paylaşması kişisel bilgilerin ihlaline sebep olur.

Türk Ceza Kanunu'nda sharenting ile ilgili özel düzenlemeler olmasa da birçok suç altında görölabilir. Sharenting davranışının sonuçları her bir çocuk için farklı olsa da bu durum risk taşıyabilmektedir (Ouvrein ve Verswijvel, 2019). Ebeveynler sosyal medyada çocuğı ile ilgili fotoğraf, video, okul bilgisi, konum bilgisi ve yaş gibi herhangi bir içeriğı paylaştığında çocuğunun mahremiyet alanını ihlal etmiş olur. Ebeveyn, dijital ortamda oluşabilecek risklerden çocuğunu korumak için çocuğunun mahremiyetini ihlal edecek eylemlerden sakınmalıdır.

1.5. Ulusal Alanda Yapılan Araştırmalar

Türkiye’de ebeveynin çocuğuyla ilgili bilgileri sosyal medyada paylaştığı araştırmalar; yayın yılı, araştırma adı, yazar/yazarlar, araştırma amacı ve sonuç başlıklarıyla Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Ulusal alanda yapılan araştırmalar

Yayın Yılı	Araştırma Adı	Yazar/Yazarlar	Araştırma Amacı	Sonuç
2016	Ebeveynlerin Çocukları Hakkında Sosyal Ağ Sitelerinde Paylaştıkları : Sharenting	Müge Maraşlı, Sühendan Er, Nergis Hazal Yılmaztürk, Figen Çok	Ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarının içeriğinin belirlenmesi ve paylaşım sıklığının tespit edilmesi amaçlanmıştır.	94 ebeveyn ile gerçekleştirilen anket sonucunda ebeveynlerin yüzde 84,76’si paylaşım yaptığı ve en sık paylaşım yapılan içeriğin fotoğraf ve video olduğu tespit edilmiştir.
2018	Yeni medya ve çocuk: Instagram özelinde “Sharenting” (“Paylaşana babalık”) örneği	Rabia Merve Erişir, Deniz Erişir	Sharenting sonucunda ortaya çıkabilecek hukuksal ve sağlık sorunları üzerinde araştırma yapmak amaçlanmıştır.	25 ebeveynin Instagram hesabı incelenmesi sonucunda genellikle ebeveynler paylaşım yaparken çocuğun hukuki haklarını ve sağlık gelişmelerini düşünmeden yaptıklarını sonucuna varılmıştır.

Tablo 2 (Devamı). Ulusal alanda yapılan araştırmalar

2019	Okul öncesi dönem çocuklarının dijital ayak izleri ve ekran süreleri ile ebeveynlerin paylaşım ve dijital ebeveynlik rollerinin incelenmesi	Dilek Altun	Anaokul öğrencilerin; dijital ortamdaki aktiviteleri, ekran başında geçirilen süre, dijital ayak izleri ve ebeveynlik dijital rolleri belirlemek amaçlanmıştır.	Anaokul çocuğu olan 628 ebeveyn ve çocuk ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Ebeveynler çoğunlukla dijital ortamda çocuğuyla ilgili paylaşım yaptığı ve ebeveynlerin %45'i anaokul döneminde teknoloji kullanımına karşı olduğu sonucuna varılmıştır.
2020	Okul öncesi dönemde güncel bir ebeveyn davranışı: Sharenting	Sebahaddin Aslan, Emine Durmuş	Ebeveynlerin çocuklarına ait fotoğraf ve bilgileri sosyal medyada paylaşmasına (sharenting) ilişkin tutumlarını belirlemek amaçlanmıştır.	Çocuğu anaokuluna devam eden 401 anne ile anket çalışması sonucu ebeveynlerin çoğunlukla dijital ortamda çocuğuyla ilgili paylaşım yaptığı, paylaşımın sakıncalı olmadığı ve çocuk 2 yaşına gelmeden paylaşımların yapıldığı sonucuna varılmıştır.
2020	“Sharenting” konusunda ebeveynlerin farkındalık düzeyleri	Bahanur Selcan Akpınar, Neslihan Paylan, Şeyma Etlik, Büşra Erus, Hediye Karakoç	Ebeveynlerin sharenting konusunda bilgisini artırmak ve farkındalık kazandırmak amaçlanmıştır.	0-13 yaş aralığında çocuğu olan ebeveyn ile anket çalışması yapılmıştır. Ebeveyn sosyal medyada çocuğuyla ilgili paylaşım yapmasına rağmen sharenting konusunda hassas oldukları sonucuna varılmıştır.

Tablo 3 (Devamı). Ulusal alanda yapılan araştırmalar

2020	Sharenting eyleminin psikolojik açıdan değerlendirilmesi: Türk ve İngiliz annelerinin karşılaştırılması	Selim Günüç	Türk ve İngiliz annelerin sosyal medya paylaşımına yönelik görüşlerinin alınması amaçlanmıştır.	İlkokula devam eden 12 yaş altı çocuğu olan 65 Türk ve İngiliz anneleriyle yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. İngiliz annelerin Türk annelere göre daha fazla paylaşım yaptığı, paylaşım nedenleri her iki kültürde aynı oldukları sonucuna varılmıştır.
2021	Ebeveynlerin çocuklarının fotoğrafını sosyal medyada paylaşmasının psikolojik sonuçları: Bir Sharenting olgu incelemesi	şle Baştemur, Dilara Hatice Borucu, Sezer Bulut	Sharenting kavramının incelenmesi ve ocuk açısından etkisinin araştırılması amaçlanmıştır.	Sosyal medyada ünlü bir annenin profil sayfasının incelenmesi sonucunda çoğunlukla çocuğun fotoğrafını paylaştığını tespit edilmiştir. Fotoğraflar zel/gizli bilgiler, özel kıyafetler, duygusal anlar ve ticari amaçlar şeklinde temalaştırılmıştır.
2021	Ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarına ilişkin paylaşımlarını etkileyen faktörler	Yiğit Emrah Turgut, Tuba Kopuz, Alper Aslan, Seyhan Eryılmaz Toksoy	Ebeveynin sosyal medyada çocuğuna yönelik paylaşımını etkileyen faktörleri araştırmak amaçlanmıştır.	88 ebeveyn ile gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda ebeveynlerin paylaşımlarını etkileyen faktörlerinden ne çıkanların iletişim, büyüme ve gelişme ve anı/ hatıra olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4 (Devamı). Ulusal alanda yapılan araştırmalar

2021	Oyun mu İş mi? Youtube Kidfluencerl arı üzerine karşılaştırm alı bir analiz	Elif Karakoç, Türkay Türkan Ünlü	Çocuk youtube kanalı sharenting perspektifiyle incelenip analiz edilmesi amaçlanmıştır.	Maddi kazanç elde edilen 2 çocuk youtube kanalı analiz edilerek karşılaştırılmıştır. 2 çocuk youtube kanalı farklı içerikleri olsada benzer sharenting davranışında bulunduğu tespit edilmiştir.
2021	Türkiye'deki Ebeveynleri n Facebook'ta Paylaşım Yapmasının Öngörüleri	Hale Ögel Balaban	Facebook'ta yapılan paylaşımların demografik, Facebook kullanımı ve sosyal ağ bağlantılı yordayıcılarla incelemek amaçlanmıştır.	En az bir çocuğu 10 yaş altından olan 558 ebeveyn ile gerçekleştirmiştir. Yaş, Facebook'ta paylaşım sıklığı ve Facebook arkadaş sayısı çevrimdışı sosyal desteğin paylaşım sıklığını yordadığı tespit edilmiştir.
2022	Ebeveynlik blogları ve çocuğun evrimii mahremiyeti : Türkiye'dek i Ebeveynlik Bloglarının Mahremiyet Yönetimi Üzerine	Oya Morva, Derya Gül Ünlü	Paylaşımlarda çocuğun diğital mahremiyetinin nasıl ele alındığı incelemek amaçlanmıştır.	15 blog yazarı ebeveyn ile yarı yapılandırılmış görüşme sonucunda mahremiyet yönetimi; etik ilkeler ve otokontrol, çocuğun müdahalesi ve talepleri, takipçilerle etkileşimleri ve yasal bağlam olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5 (Devamı). Ulusal alanda yapılan araştırmalar

2022	Annelerin paylaşan ebeveynlik (Sharenting) eylemlerini inceleyen ölçek geliştirme çalışması	Ezgi Alemdar	Sharenting davranışı ile ilgili ölçek geliştirme ve geliştirilen ölçek ile demografik değişkenlere göre farklılaşmaları incelemek amaçlanmıştır.	18 yaş altında çocuğu olan ve sosyal medya kullanan 342 anne ile 17 maddelik paylaşan ebeveynlik ölçeği geliştirilmiştir.
2022	Ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarının çocuk haklarına dair sözleşme kapsamında 'sharenting' açısından incelenmesi	Özge Yılmaz	Sharenting davranışın erken çocukluk döneminde çocuk haklarına göre ihlal edilip edilmediğini tespit etmek amaçlanmıştır.	6 Instagram kullanıcı hesabı incelenerek sharenting davranışının; çocuğun yüksek yararı, yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı, çocuğun görüşlerine saygı ilkeleri ve ifade özgürlüğü, örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü, mahremiyet hakkı, aile ortamı ve alternatif bakım hakları açısından ihlal edildiği tespit edilmiştir.
2023	Annelerin Instagram takipçi sayısı ile sharenting kavramı arasındaki ilişki	Betül Orhan Kılıç Serhat Kılıç Dilek Konuksever Betül Ulukol	Annelerin Instagram kullanımı ile Sharenting davranışı arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır.	130 Instagram kullanıcısı anne ile gerçekteşen anket çalışmasında annelerin Instagram takipçi sharenting davranışın bir göstergesi olabileceği sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 6 (Devamı). Ulusal alanda yapılan araştırmalar

2023	Paylaşmak mutluluk getirir mi? Sharenting fenomenini anlamak	Fuat Aydoğdu, Beyza Şanal Güngör, Türkan Ayhan Öz	Ebeveynlerin sosyal medya paylaşım nedenlerini ve etkilerini incelemek amaçlanmıştır.	12 ebeveyn ile gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşme sonucunda ebeveynlerin paylaşım nedenleri; anı biriktirme, duygusallık, iletişimde kalma, onay/beğenilme ve takipçilere fayda sağlama olduğu tespit edilmiştir.
2023	Neden 'Sharenting'? Ebeveynlerin veya çocukların psikiyatrik semptomlarıyla ilişkili mi?	Fevzi Tuna Ocakoğlu, Binay Kayan Ocakoğlu, Caner Mutlu, Büşra Duran, Adem Güneş, Gül Karaçetin	Sharenting davranış ebeveyn ve çocukların psikiyatrik belirtileri arasındaki ilişki incelenmesi amaçlanmıştır.	196 ebeveyn ile gerçekleştirilen anket sonucunda sharenting davranışı ebeveyn ve çocukların psikiyatrik belirtileri arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir.
2023	Instagram çağının dijital ebeveynleri-Sharenting bağlamında bir inceleme	Enes Baloğlu	Ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarının içeriğinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Instagram platformunda child hashtagi kullanılarak paylaşılmış olan 6134 gönderi incelenerek ebeveynler çocuklarını ticari meta olarak kullandıkları tespit edilmiştir.
2024	Development, Validity, and Reliability of the Sharenting Scale (SS)	Mustafa Maruf Cansızlar Ekrem Sedat Şahin	Ebeveynlerin sosyal medya paylaşım davranışlarının boyutunu belirlemek amacıyla ölçek geliştirmek amaçlanmıştır.	491 ebeveyn ile gerçekleştirilen araştırmada Paylaşım Ölçeği Formu geliştirilmiştir.

Tablo 7 (Devamı). Ulusal alanda yapılan araştırmalar

2024	Paylaşmadan Önce Çocukları Düşünmek: Anne- Babaların Sharenting’e Yönelik Tutumlarını Değıştirmeye Yönelik Bir Müdahale	İrem Gül Ayçiçek	Ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarda ortaya çıkabilecek olumsuzluklara karşı farkındalık kazanmak amaçlanmıştır.	50 ebeveyn kontrol grubu ve 50 ebeveyn müdahale grubu olmak üzere 100 ebeveyn ile gerçekleştirilen anket sonucunda müdahale grubundaki ebeveynlerde çocuğın fotoğrafını paylaşmadan önce izin alma ve gizlilik ayarlarına yönelik tutumların değıştiğı tespit edilmiştir. 2 grup kıyaslandığında müdahale grubun sosyal medya paylaşımlarında daha dikkatli olduğı görülmüştür.
2024	Dijital Ebeveynlik Olgusu Olarak Sharenting	Pelin Kılıç Ölüölmez	Sharenting davranışın içeriğı ve olası riskleri derinlemesine incelemek amaçlanmıştır.	5 Instagram kullanıcı ebeveyn ile araştırma sonucunda açık paylaşımların verileri çok boyutlu bir yapıya sahip olduğı görülmüştür.

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalar 2016 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Yapılan ilk araştırmalar incelendiğinde daha çok nitel araştırma yaklaşımın tercih edildiğı görölmektedir. Bu durum sharenting davranışının yeni bir araştırma konusu olması sebebiyle davranışın altında yatan nedenlerin incelenmesiyle açıklanabilir. Bununla birlikte sharenting davranış güncelliğini koruyarak araştırmaların zamanla artmasına sebep olmuştur. Son yıllarda yapılan araştırmalar incelendiğinde ise ölçek geliştirme ile ilgili araştırmaların olduğı görölmektedir. Sharenting davranışının detaylı bir şekilde incelenmesini sağılamak için tüm bu araştırmaların genel eğilimlerini ortaya koymak önem arz etmektedir. Literatür incelendiğinde sistematik literatür taraması yapılarak sharenting davranışını

ele alan herhangi bir araştırmaya rastlanmaması böyle bir çalışmaya ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır.

1.6. Uluslararası Alanda Yapılan Araştırmalar

Uluslararası alanda ebeveynin çocuğuyla ilgili bilgileri sosyal medyada paylaştığı araştırmalar; yayın yılı, araştırma adı, yazar/yazarlar, araştırma amacı ve sonuç başlıklarıyla Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Uluslararası alanda yapılan araştırmalar

Yayın Yılı	Araştırma Adı	Yazar/Yazarlar	Araştırma Amacı	Sonuç
2015	Sharenting': parent bloggers and managing children's digital footprints	Alicia Blum-Ross	Sharenting ve blog yazarı ebeveynliğin ve çocuk üzerindeki etkisini araştırmak amaçlanmıştır.	Ebeveynlerin paylaşım sonucunda ortaya çıkan kontrol, mahremiyet ve dijital ayak izi konularını ele almıştır.
2016	When the child is born into the Internet: sharenting as a growing trend among parents on Facebook	Anna Brosch	Ebeveynlerin Facebook platformunda paylaştıkları bebek resimleri ve paylaşma nedenlerini araştırmak amaçlanmıştır.	168 Polonyalı ebeveynlerin sosyal medya hesapları incelenmiştir. Ebeveynler arasında sharenting davranışın yaygın olduğu tespit edilmiştir.
2016	Sharenting: Children's privacy in the age of social media	Stacey B.Steinberg	Paylaşım sonucunda çocuk kendi dijital ayak izlerini kontrol etmeye yönelik yasal hakkı olup olmadığı araştırılması amaçlanmıştır.	Ebeveynin sosyal medyada paylaşım hakkı ile çocuğun menfaatinin korunması arasındaki çatışmayı hukuksal anlamda çözen bir araştırmadır.

Tablo 9 (Devamı). Uluslararası alanda yapılan araştırmalar

2017	User perception of ethical awareness on sharenting in Facebook	Abdul Rahim, Nur Hidaye	Sharenting davranışında ebeveynlerin etik farkındalık hakkında algısı ölçmek amaçlanmıştır.	5 ebeveynle gerçekleşen görüşme sonucunda, ebeveynlerin Facebook sosyal medya paylaşımında neyin uygun olup olmadıkları konusunda bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir.
2018	Sharenting = good parenting?: Four parental approaches to sharenting on Facebook	Maja Sonne Damkjaer	Sharenting davranışında ebeveynleri yaklaşımlarını incelemek amaçlanmıştır.	8 Danimarkalı ebeveyn ile gerçekleştirilen araştırmada sharenting davranışında ebeveynlerin yaklaşımlarını; aile, akran odaklı, muhalif ve kullanmama olarak belirlenmiştir.
2019	Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites	Karen Verswijvel, Michel Walrave, Kris Hardies, Wannes Heirman	Ebeveynler sosyal medyada paylaşımlarına yönelik çocukların düşünceleri ve tutumlarını incelemek amaçlanmıştır.	817 çocuğa anket uygulaması sonucunda sharenting davranışına yönelik olumsuz tutum içinde oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 10 (Devamı). Uluslararası alanda yapılan araştırmalar

2019	Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management	Gaëlle Ouvrein, Karen Verswijvel	Çocukların sharenting konusunda algılarını tespit etmek amacıyla yazılmıştır	12-14 yaş aralığında 46 çocuk ile yürütölen araştırmada ebeveynlerin paylaşımlarını onayladıklarına, ebeveynlerine güvendiklerine ama bazen hayal kırıklığı yaşadıkları tespit edilmiştir.
2021	Construction of "Sharenting" Reality for Mothers Who Shares Children's Photos and Videos on Instagram	Nur Rafiza Putri, Ali Ar Harkan, Aurora Almarini Khairunnisa, Farisa Nurintan, Moh. Adli Ahdiyat	Annelerin, sharenting davranışı nasıl inşa ettikleri belirlemek amaçlanmıştır.	5 anne ile yapılan görüşme sonucunda sharenting davranışı; dışsallaştırma, nesnelleştirme ve içselleştirme aşamalarından geçildiğı belirlenmiştir.
2022	The Limits of Sharenting: Exploring Parents' and Adolescents' Sharenting Boundaries Through the Lens of Communication Privacy Management Theory	Michel Walrave, Karen Verswijvel, Gaëlle Ouvrein, Luna Staes, Lara Hallam, Kris Hardies	Ebeveynlerin sharenting motivasyonları ve çocukların sharenting gizlilik yönetimine ilişkin tutumlarını araştırmak amaçlanmıştır.	Yarı yapılandırılmış görüşme sonucunda çocuklar için paylaşılan içerik olumlu ise onayladıkları ve gizlilik yönetimine ilişkin endişe duydukları tespit edilmiştir.

Tablo 11 (Devamı). Uluslararası alanda yapılan araştırmalar

2022	Sharenting of Portuguese Male and Female Celebrities on Instagram	Francisca Porfirio, Ana Jorge	6 Portekizli Instagram kullanıcısı ebeveynin, çocuğa yönelik paylaşımında reklam kullanıp kullanmadığı ve ebeveynlerin cinsiyetine göre paylaşımların nasıl değiştirdiğini incelemek amaçlanmıştır.	Ebeveynlerin çocuklarına yönelik paylaşımında reklam içeriklerin az olduğu ve annelerin babalara göre farklı paylaşımında bulunduğu belirlenmiştir.
2022	The Privacy Paradox by Proxy: Considering Predictors of Sharenting	Niamh Ní Bhroin, Thuy Dinh, Kira Thie, Claudia Lampert, Elisabeth Staksrud, Kjartan Ólafsson	Ebeveynlerin sharenting davranışını incelemek amaçlanmıştır.	Çocukları ile ilgili bilgileri paylaşmaya önem veren ebeveynlerin, sharenting davranışına daha yatkın olduğu belirlenmiştir.
2023	Mindful sharenting: how millennial parents balance between sharing and protecting	Michel Walrave, Sofie Robbe, Luna Staes, Lara Hallam	Ebeveynlerin sosyal medya paylaşım motivasyonunu tespit etmek amaçlanmıştır.	8 ebeveyn ile gerçekleşen görüşme sonucunda bilinçli olarak paylaşım yapan ebeveynler, paylaşımın sunduğu fırsatlar, yaşadıkları sosyal baskı ve gizliliği koruma amaçlı stratejiler geliştirdikleri tespit edilmiştir.

Tablo 12 (Devamı). Uluslararası alanda yapılan araştırmalar

2023	Sharenting as a double-edged sword: evidence from Iran	Meryem Esfandiari, Yunxi Yao	İranlı ebeveynlerin, sharenting davranış uygulamalarını araştırmak amaçlanmıştır.	Ebeveynlerin çocukların kişisel bilgilerini sosyal medyada paylaştıkları ve gizlilik ayarlarına dikkat etmediklerini sonucuna varılmıştır.
2023	Do I have the right to share? Sharenting and psychological ownership of children's information in the U.S.	Xiaomei Cai	Ebeveynlerin çocuklarına yönelik bilgilerin paylaşımında psikolojik sahiplenme, motivasyon ve sharenting davranışların sıklığı arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır.	Sharenting davranışı ve motivasyon arasında yüksek ilişki olduğu tespit edilmiştir.
2023	Your growth is my growth: examining sharenting behaviours from a multiparty privacy perspective	Zhao Peng	Sharenting davranışını etkileyen faktörleri belirlemek amaçlanmıştır.	16 ebeveynle gerçekleştirilen görüşme sonucunda sharenting davranışı; gizlilik algıları, kültürel değerler ve olumsuz haberlere maruz kalma gibi faktörlerden de etkilenmektedir.

Tablo 13 (Devamı). Uluslararası alanda yapılan araştırmalar

2024	Sharenting in China: perspectives from mothers and adolescents	Lin Zhu, Yan Wang, Yanhong Chen	Anneler ve çocukları sharenting davranışını nasıl anlamlandırdıkları nı araştırmak amaçlanmıştır.	16 Çinli anne ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşme sonucunda annelerin sharenting davranışı rıza, gizlilik ve kimlik konuları açısından incelemiştir.
2024	Sharenting on TikTok: Exploring Parental Sharing Behaviors and the Discourse Around Children's Online Privacy	Sophie Stephenson, Christopher Nathaniel, Miranda Wei, Apu Kapadia, Franziska Roesner	Tiktok platformunda sharenting davranışı incelemek amaçlanmıştır.	TikTok videoların analiz edilmesi sonucunda paylaşımın geniş kitlelere ulaşmanın risk taşıdığı ve içerik oluşturucular sharenting davranışından endişe duydukları tespit edilmiştir.
2024	The (un)necessity of child portrayal in momfluencer content: exploring mothers' perspectives on influencer sharenting through in-depth interviews	Elisabeth Van den Abeele, Liselot Hudders, Ini Vanwesenbeeck	Momfluencer olarak tanımlanan annelerin paylaşımları çocuk tasviri ve gizliliğe ilişkin algıları ve tutumları incelemek amaçlanmıştır.	Anneler sharenting davranışın riskleri konusunda endişe duydukları, gizliliğe önem verdikleri ve shareting etkilerine dikkat ederek paylaşım yaptıkları tespit edilmiştir.

Uluslararası alanda sharenting davranışını ele araştırmalar 2015 yılında yayımlanmaya başlamıştır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde sharenting davranışına yönelik genellikle küçük gruplarla nitel araştırma yaklaşımının kullanıldığı görölmektedir. Araştırmalar, sharenting davranışının başlangıçta

ebeveynlerin sosyal medya kullanımlarına odaklanırken zamanla çocukların bu paylaşımlara karşı tutumları, etik ve hukuki meseleler, gizlilik yönetimi ve ebeveynlerin bu konuda farkındalık düzeyleri gibi daha derin boyutlara doğru evrildiğini göstermektedir. Son yıllarda farklı kültürel bağlamlarda ve yeni platformlarda yapılan çalışmalar, sharenting davranışının yalnızca bireysel değil, aynı zamanda küresel bir olgu olarak önemini koruduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgular, sharenting davranışının hem sosyal medyanın dinamikleri hem de bireylerin dijital hakları açısından tartışılmaya devam eden güncel ve evrensel bir mesele olduğunu kanıtlamaktadır.



2. YÖNTEM

Bu bölümde; araştırma yaklaşımı, veri tabanı belirleme ve anahtar kelime seçimi, çalışmaya dâhil edilecek araştırmaların seçimi, çalışma grubu (örneklem), verilerin toplanması, verilerin analizi, geçerlik ve güvenirlik başlıkları yer almaktadır.

2.1. Araştırma Yaklaşımı

Bu çalışmada, Türkiye’de ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medyada yaptıkları paylaşımları ele alan araştırmaların genel eğilimlerini ortaya koymak amacıyla sistematik literatür tarama yaklaşımı kullanılmıştır. Sistematik literatür taraması; çalışma kapsamında ele alınan soru, konu veya olgu ile ilgili mevcut tüm araştırmaların tanımlanması, değerlendirilmesi ve yorumlanmasıdır (Kitchenham, 2004). Aynı zamanda çalışmada yer alan soruların cevaplanması için önceden belirlenen kriterlere göre tarama işlemi gerçekleştirilip tüm verilerin sentezlenmesi işlemini de kapsamaktadır (Armitage ve Keeple, 2008; Pati ve Lorusao, 2018). Sistematik literatür taramasında mevcut araştırmalar sistemli bir şekilde ele alınarak gözden geçirilir (Petticrew ve Roberts, 2008). Sistematik literatür taraması ile gerçekleştirilen araştırmalar yeni teori ve yöntemlerin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Zawacki-Richter vd., 2020). Bu amaç doğrultusunda sistematik literatür tarama yaklaşımı ile Türkiye’de sharenting davranışına yönelik araştırmalar, araştırma soruları çerçevesinde incelenerek özetlenmiştir.

2.2. Veri Tabanlarının Belirlenmesi ve Anahtar Kelime Seçimi

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmaları belirlemek için veri tabanlarında tarama işlemi yapılmıştır. Kullanılan veri tabanları; Ulusal Tez Merkezi, Dergipark, Web of Science, Scopus, ERIC ve TR Dizindir.

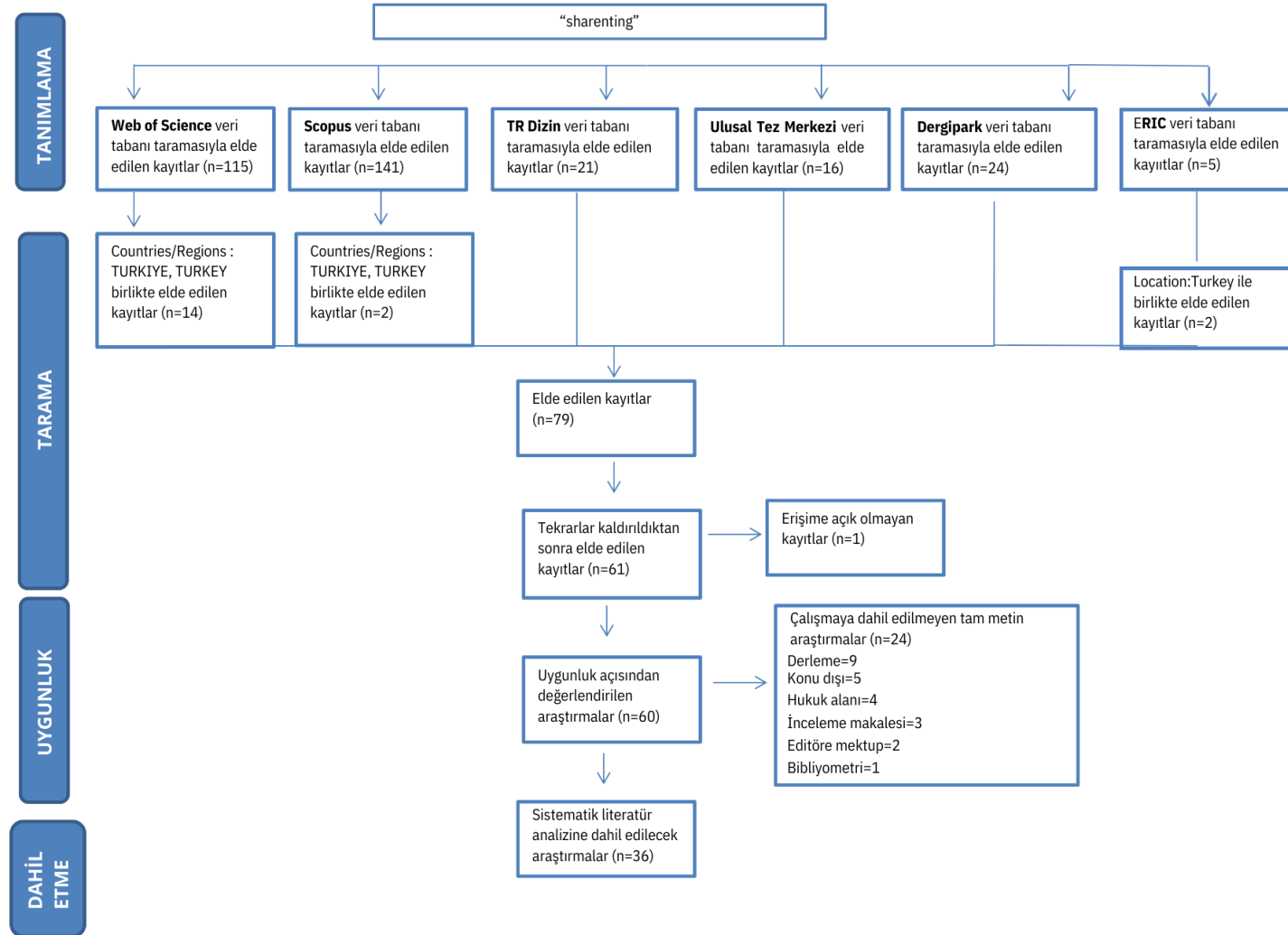
- *Ulusal Tez Merkezi* veri tabanında; anahtar kelime “sharenting”, aranacak alan “tümü”, izin durumu “tümü” ve tez türü “tümü” seçilmiştir.
- *Dergipark* veri tabanında, anahtar kelime “sharenting” yazılarak hiçbir kısıtlama yapılmamıştır.

- *Web of Science* veri tabanında; anahtar kelime “sharenting” yazılmış ve filtreleme kısmından Countries/Regions: “TURKIYE”, “TURKEY” seçilmiştir.
- *Scopus* veri tabanında, anahtar kelime “sharenting” yazılmış ve filtreleme kısmından Countries/Regions: “TURKIYE”, “TURKEY” seçilmiştir.
- *ERIC* veri tabanında, anahtar kelime “sharenting” yazılmış ve filtreleme kısmından Location: “Turkey” seçilmiştir.
- *TR Dizin* veri tabanında, anahtar kelime “sharenting” yazılmış ve hiçbir kısıtlama yapılmamıştır.

2.3. Çalışmaya Dâhil Edilecek Araştırmaların Seçimi

Çalışmaya dâhil edilecek araştırmaların belirlenmesinde Sistematik İncelemeler ve Meta-Analiz Protokolleri için Tercih Edilen Raporlama Öğeleri (PRISMA) akış şeması tekniğinden yararlanılmıştır. PRISMA, literatür taraması yapıldıktan sonra araştırmaların seçiminde kullanılan bir akış şemasıdır. Tanımlama, tespit etme, uygunluk ve dâhil etme aşamalarından oluşmaktadır. Genel olarak PRISMA akış şeması; veri tabanlarında tarama işlemi yapıldıktan sonra elde edilen kayıtlarla tekrar eden araştırmaların çıkarılması, çalışmaya dâhil edilmeyen araştırmaların çıkarılması ve en son dâhil edilen araştırmaların belirlenmesi sürecini kapsamaktadır (Pollock ve Berge, 2018). PRISMA akış şeması raporlama kurallarına göre veri tabanlarında ve diğer kaynaklardan tarama işlemi yapıldıktan sonra elde edilen araştırma sonuçları kayıtlar kısmına yazılır. İnceleme sonucunda tekrar eden ve erişime açık olmayan araştırmalar çıkarılarak taranan kayıtlar elde edilir. Taranan kayıtlarda çalışmaya dâhil olmayacak araştırmalar sebepleriyle birlikte yazılarak uygunluk açısından değerlendirme işlemi yapılır. Son aşamada çalışmaya dâhil edilecek araştırmalar belirlenmiş olur.

Türkiye’de sharenting davranışı ile ilgili araştırmaların seçilmesinde kullanılan PRISMA akış şeması Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2. PRISMA akış şeması

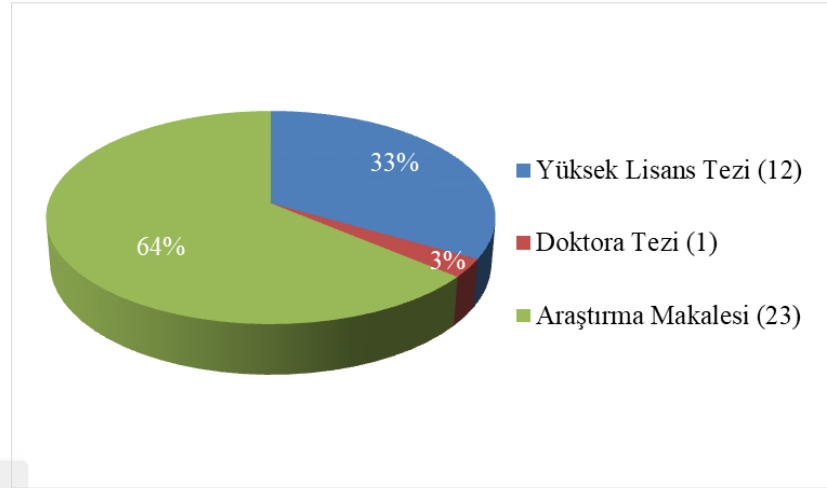
Şekil 2’deki PRISMA akış şeması incelendiğinde kullanılan veri tabanlarının tümünde “sharenting” anahtar kelimesi kullanılarak tarama işlemi yapılmıştır. Web of Science veri tabanından elde edilen 115 araştırma filtreleme yapıldıktan sonra 14; Scopus veri tabanından elde edilen 141 araştırma 2; ERIC veri tabanından elde edilen 5 araştırma da 2 araştırmaya düşmüştür. Bununla birlikte anahtar kelime yazılıp hiçbir filtreleme yapılmadan TR Dizin veri tabanında 21; Ulusal Tez Merkezi veri tabanında 16; Dergipark veri tabanında ise 24 araştırmaya ulaşılmıştır. Yapılan tarama işlemlerinden sonra 79 araştırma elde edilmiştir. Tekrar eden ve erişime açık olmayan araştırmalar çıkarılarak toplam 60 araştırma uygunluk açısından değerlendirilmiştir. Bu kapsamda 9 derleme, 5 konu dışı, 4 hukuk, 3 inceleme makalesi, 2 editöre mektup ve 1 bibliyometri alanında toplam 24 araştırma çalışmaya dâhil edilmeyerek çıkarılmıştır. Nihai olarak 36 araştırma sistematik literatür taramasına dâhil edilmiştir. Ayrıca çalışmaya dâhil edilecek araştırmaları belirleme sürecinde “sharenting” anahtar kelimesinin kullanıldığı ilk araştırmanın yayınlandığı 2016 yılından önce bu konuda yayın yapıp yapılmadığı incelenmiştir. Bunun için belirlenen veri tabanlarında “sosyal medya”, “ebeveyn” ve “paylaşım” anahtar kelimesi yazılmış ve ilgili filtrelemeler yapılarak tarama işlemi gerçekleştirilmiştir. Tarama işlemi sonucunda 2016 yılından önce sharenting davranışı ile ilgili araştırmaya rastlanmamıştır.

2.4. Çalışma Grubu (Örneklem)

Türkiye’de sharenting davranışına yönelik gerçekleştirilen araştırmalar veri tabanlarında anahtar kelime yazılarak ve filtreleme işlemi yapılarak elde edilmiş ve inceleme sonucunda 36 araştırma sistematik literatür taramasına dâhil edilmiştir. Bu araştırmaların incelenmesi sürecinde belli kriterler dikkate alınmıştır. Bu kriterler araştırmaların;

- Türkiye kökenli olması,
- Erişime açık olması,
- 2016-2024 yılları arasında gerçekleşmiş olması,
- Ebeveynlerin sosyal medyada çocuğuna ilişkin paylaşımları ele alması,
- Birincil veri kaynaklarından veri toplanmasıdır.

Çalışmaya dâhil edilen araştırmaların yayın türlerine göre dağılımı Şekil 3'te gösterilmiştir.



Şekil 3. Yayın türleri

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmaların; 23’ü araştırma makalesi, 12’si yüksek lisans tezi ve 1’i doktora tezini oluşturmaktadır.

2.5. Verilerin Toplanması

Çalışmaya dâhil edilen araştırmalardan veri toplanması sürecinde Göktaş vd. (2012) tarafından geliştirilen Eğitim Teknolojileri Yayın Sınıflama Formu kullanılmıştır. İlgili formda yer alan konu başlık ve alt başlıkları veri toplama sürecinde referans alınmıştır. Bunlar; makalenin adı, yazarı/yazarları, yılı, derginin adı, makalenin türü, konusu, yaklaşımı ve modeli, veri toplama araçları, örneklem düzeyi, örneklem sayısı ve seçim şekli, veri analiz yöntemidir. Formdaki başlıklar dışında çalışmanın amacı doğrultusunda şu başlıklar da incelenmiştir: araştırmaların yayınlandığı veri tabanları, sharenting davranışında paylaşılan içerik türleri, sharenting davranışının etkileri ve nedenleri. Belirlenen başlıkları içeren bir elektronik tablo oluşturulmuş ve incelenen araştırmalardan elde edilen veriler ilgili başlıklar altına işlenerek veri toplama süreci gerçekleştirilmiştir.

2.6. Verilerin Analizi

Araştırmalar yayınlandığı veri tabanı, yıl, araştırma yaklaşımı ve modeli, örneklem düzeyi, örneklem sayısı, örneklem seçim şekilleri, veri toplama aracı ve veri analizi yöntemi kategorilerine göre betimsel analiz yapılmıştır. Elde edilen

bulgular uygun tablo ve grafikler kullanılarak gösterilmiştir. Sharenting davranışında paylaşılan içerik türleri, sharenting davranışının etkileri ve nedenlerine yönelik araştırmalar içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu kapsamda temalar belirlendikten sonra ele alınan araştırmalar kodlanmıştır. Kodlama işleminden sonra veriler ilgili kategorilere ayrılmıştır. Tüm bu işlemlerden sonra elde edilen bulgular kategori ve kod başlıklarıyla tablolar halinde sunulmuştur.

2.7. Geçerlik ve Güvenirlik

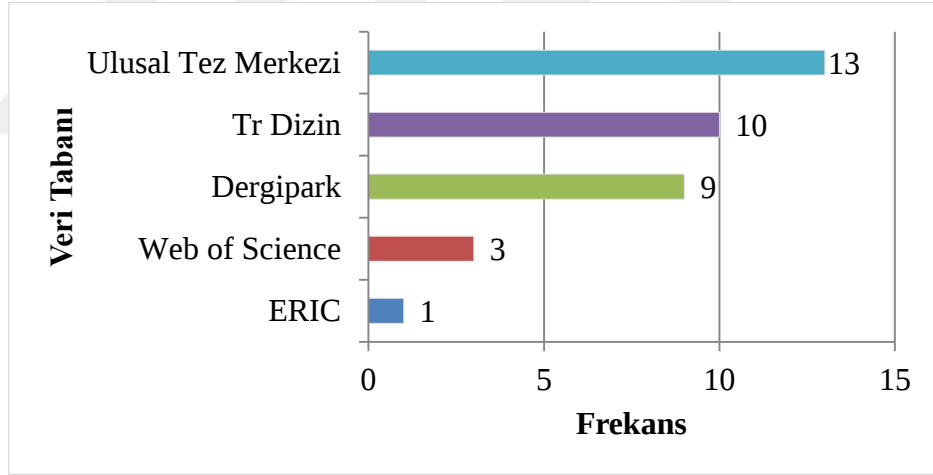
Sistematiik literatür taraması yapılan bu çalışmada geçerlik ve güvenirlik, araştırmanın güçlü temellere dayandığını ve sonuçların güvenilir olduğunu göstermek için kritik öneme sahiptir (Bosch ve Card, 2012). Dolayısıyla belirlenen kriterlerine uygun makalelerin seçilmesi, verilerin sistematiik bir biçimde toplanması ve analiz edilmesi geçerliği (Moher vd., 2015); kodlama formlarının kullanılması ve kodlayıcılar arası tutarlılığın sağlanması güvenirliği artırır (Higgins vd., 2011). Bu kapsamda öğretim teknolojileri alanında doktora derecesine sahip bir uzmandan kriterlerin belirlenerek araştırmaların seçimi noktasında destek alınmıştır. Literatür taraması sonucunda çalışmaya dâhil edilen 36 araştırmadan kodlama formları kullanarak sistematiik bir biçimde veri toplamıştır. Bu süreçte çalışmaya dâhil edilen araştırmaların %10'u rastgele seçilerek farklı kodlayıcılar tarafından değerlendirilmesi suretiyle kodlayıcılar arası güvenirlik hesaplanır (McHugh, 2012). Sonuç olarak, 36 araştırma arasından rastgele seçilen 4 araştırma uzman ve araştırmacı tarafından kodlanmış ve Cohen'in Kappa değeri 0.82 olarak hesaplanmıştır. Kodlama süreci sonrasında uzman ve araştırmacı fikir alışverişinde bulunarak kodlara yönelik ortak kararlar almıştır.

3. BULGULAR

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmaların; yayınlandığı veri tabanları, yıllara göre dağılımı, kullanılan araştırma yaklaşımları ve modelleri, veri toplama araçları, örneklem seçim yöntemleri, örneklem sayıları, örneklem düzeyleri, veri analiz yöntemleri, sharenting davranışıyla paylaşılan içeriklerin türleri, sharenting davranışının etkileri ve nedenleri araştırma soruları çerçevesinde incelenmiştir. Elde edilen bulgular şekil ve tablolar görselleştirilerek sunulmuştur.

3.1. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmaların Yayınlandığı Veri Tabanları

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalar; Ulusal Tez Merkezi, TR Dizin, Dergipark, Web of Science, Scopus ve ERIC veri tabanlarında taranmıştır. Çalışmaya dâhil edilen toplam 36 araştırmanın yayınlandığı veri tabanları Şekil 4’te gösterilmiştir.

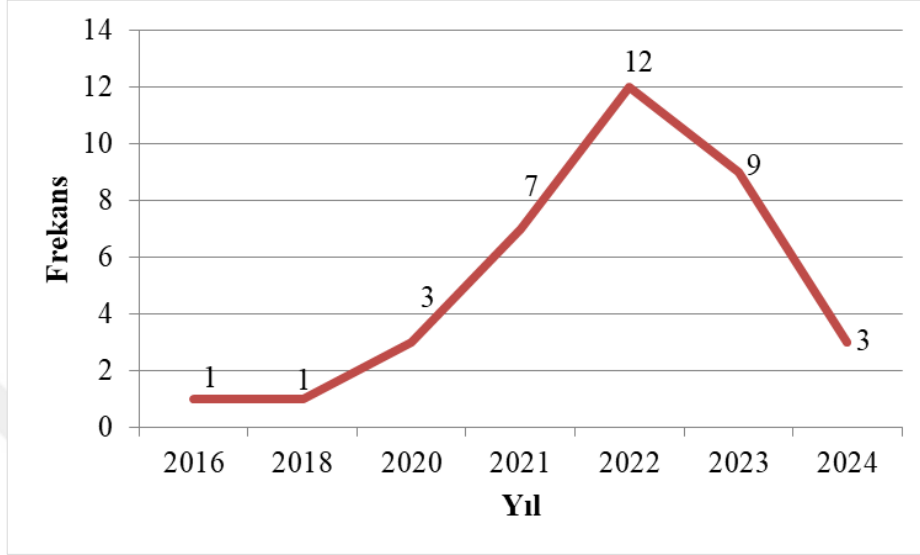


Şekil 4. Veri tabanları

Şekil 4’e göre incelenen araştırmalarda en çok yayın yapılan veri tabanının Ulusal Tez Merkezi (f=13) olduğu tespit edilmiştir. Bu yayınların 12’si yüksek lisans ve 1’i doktora tezidir. Ulusal Tez Merkezi veri tabanını sırasıyla TR Dizin ve Dergipark veri tabanları takip etmiştir. Araştırmalarda en az yayın yapılan veri tabanının ise ERIC (f=1) olduğu görülmüştür.

3.2. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmaların Yıllara Göre Dağılımı

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmaların yıllara göre dağılımı Şekil 5’te gösterilmiştir.

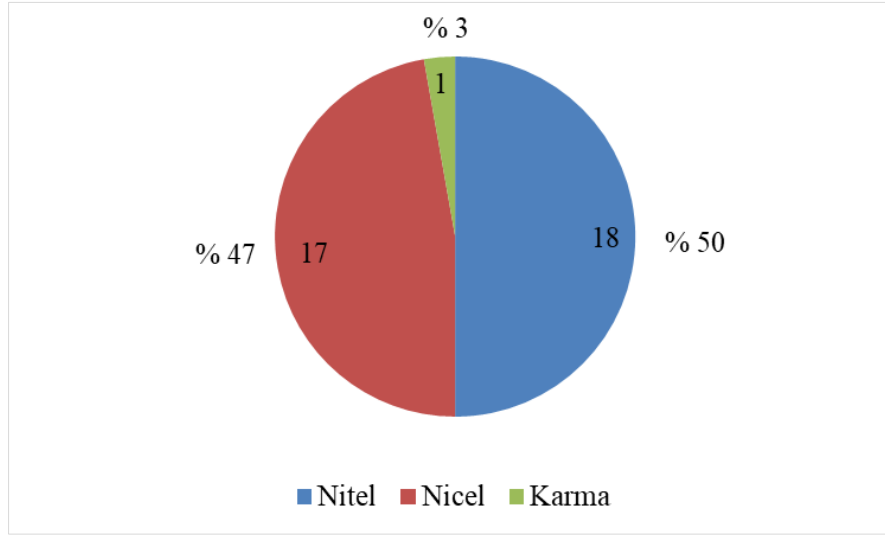


Şekil 5. Yılları göre dağılım

Şekil 5’e göre incelenen araştırmalar ilk 2016 yılında yayımlanmaya başlamakla birlikte yıldan yıla yapılan araştırma sayısının arttığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte araştırmaların en çok 2022 yılında (f=12) yayımlandığı görülmüştür.

3.3. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalarda Kullanılan Araştırma Yaklaşımları ve Modelleri

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalarda kullanılan araştırma yaklaşımları Şekil 6’da gösterilmiştir.



Şekil 6. Araştırma yaklaşımları

Şekil 6'ya göre incelenen her iki araştırmadan birisinin nitel araştırma yaklaşımını (f=18) kullandığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde nicel araştırma yaklaşımının da (f=17) araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca karma araştırma yaklaşımının sadece bir araştırmada kullanıldığı görülmüştür.

Çalışma kapsamında ele alınan araştırmalarda kullanılan araştırma yaklaşımı ve yaklaşıma göre tercih edilen araştırma modeli Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 14. Araştırma yaklaşımları ve modelleri

Nicel Araştırma Yaklaşımı		
Araştırma Modeli	Frekans (f)	Yüzde (%)
Tarama	4	11,1
Ölçek geliştirme	3	8,3
Kesitsel	3	8,3
Karşılaştırmalı-Tanımlayıcı	1	2,7
Betimsel	1	2,7
Deneysel	1	2,7
Belirtmemiş	4	11,1
Toplam	17	47,2
Nitel Araştırma Yaklaşımı		
Araştırma Modeli	Frekans (f)	Yüzde (%)
Olgu (Fenomenoloji)	4	11,1
Betimsel	4	11,1
Doküman inceleme	2	5,5
Netnografik	2	5,5
Tarama	1	2,7

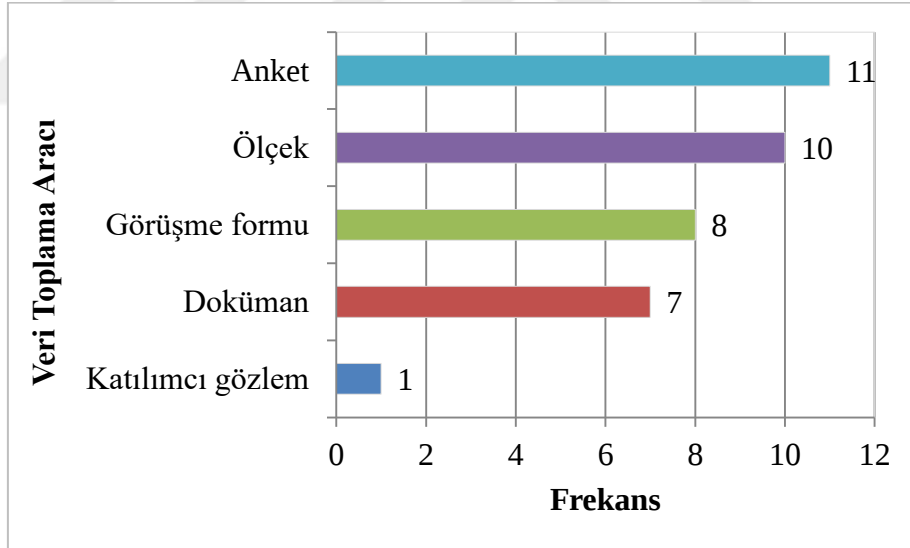
Tablo 3 (Devamı). Araştırma yaklaşımları ve modelleri

Söylem çözümleme	1	2,7
Belirtmemiş	4	11,1
Toplam	18	50
Karma Araştırma Yaklaşımı		
Keşfedici sıralı desen	1	2,8

Tablo 3'e göre incelenen araştırmalarda nicel yaklaşım olarak en çok kullanılan araştırma modeli tarama iken ($f=4$) nitel yaklaşım olarak en çok kullanılan araştırma modelinin olgu ($f=4$) ve betimsel ($f=4$) olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca en az kullanılan karşılaştırmalı-tanımlayıcı, deneysel, keşfedici sıralı desen ve söylem çözümleme araştırma modelleriyle birer tane araştırma yürütüldüğü ortaya çıkmıştır.

3.4. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalarda Kullanılan Veri Toplama Araçları

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalarda kullanılan veri toplama araçları Şekil 7’de gösterilmiştir.

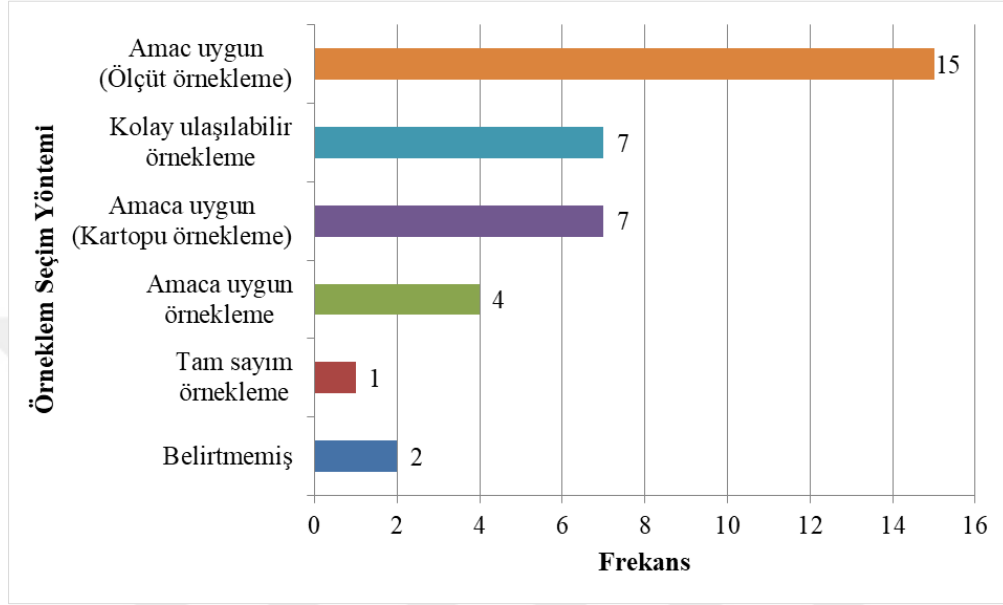


Şekil 7. Veri toplama araçları

Şekil 7’e göre incelenen araştırmalarda veri toplama aracı olarak ilk sırada anket ($f=11$) yer alırken bunu ölçeğin ($f=10$) takip ettiği görülmüştür. Araştırmacılar tarafından en az tercih edilen veri toplama aracının katılımcı gözlem olduğu belirlenmiştir ($f=1$).

3.5. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalarda Kullanılan Örneklem Seçim Yöntemleri

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalarda kullanılan örneklem seçim yöntemleri Şekil 8’de gösterilmiştir.

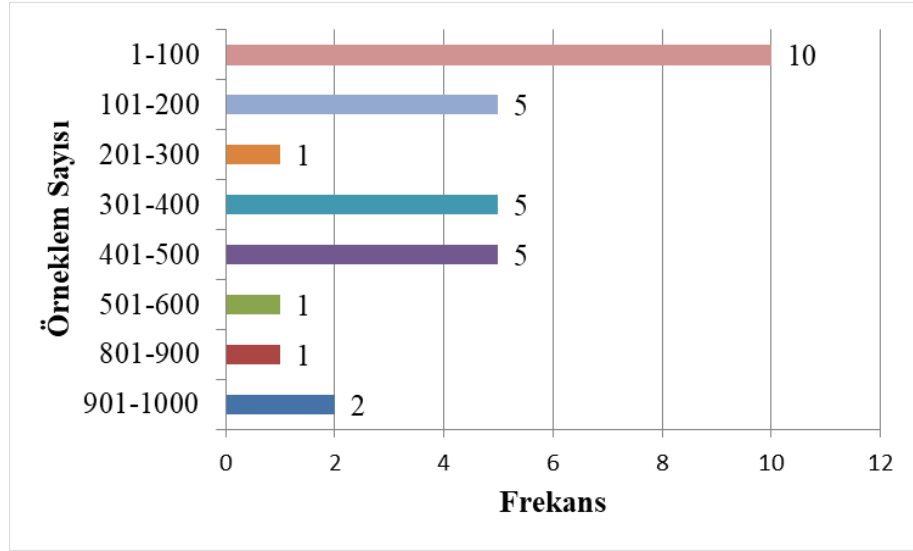


Şekil 8. Örneklem seçim yöntemleri

Şekil 8’e göre incelenen araştırmalarda en çok kullanılan örneklem seçim yöntemi amaca uygun örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme ($f=15$) olduğu görülmüştür. Bunu sırasıyla kolay ulaşılabilir örnekleme ($f=7$) ve amaca uygun örnekleme yöntemlerinden bir diğeri olan kartopu örnekleme ($f=7$) yönteminin takip ettiği ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar tarafından en az tercih edilen örneklem seçim yönteminin ise tam sayım örnekleme ($f=1$) olduğu tespit edilmiştir.

3.6. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalardaki Örneklem Sayıları

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalardaki örneklem sayıları Şekil 9’da gösterilmiştir.



Şekil 9. Örneklem sayıları

Şekil 9'a göre incelenen araştırmalarda örneklem sayısının en çok 1-100 aralığında ($f=10$) olduğu görülmüştür. Bununla birlikte 101-200 ($f=5$), 301-400 ($f=5$) ve 401-500 ($f=5$) örneklem sayısına sahip araştırmaların olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca örneklem sayısı 201-300, 501-600 ve 801-900 aralığında birer çalışmanın olduğu belirlenmiştir.

İncelenen araştırmaların bir kısmında ebeveynlerin sosyal medya hesaplarının ya da sosyal medyada paylaştıkları fotoğraf/videoların örneklem olarak ele alındığı görülmüştür. İlgili araştırmaların sosyal medya hesabı incelenen ebeveyn sayısına ve sosyal medyada paylaştığı fotoğraf/video sayısına göre dağılımı Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 15. Sosyal medya hesabı incelenen ebeveynleri sayısı ve ebeveynlerin sosyal medya hesaplarında incelenen fotoğraf/video sayısı

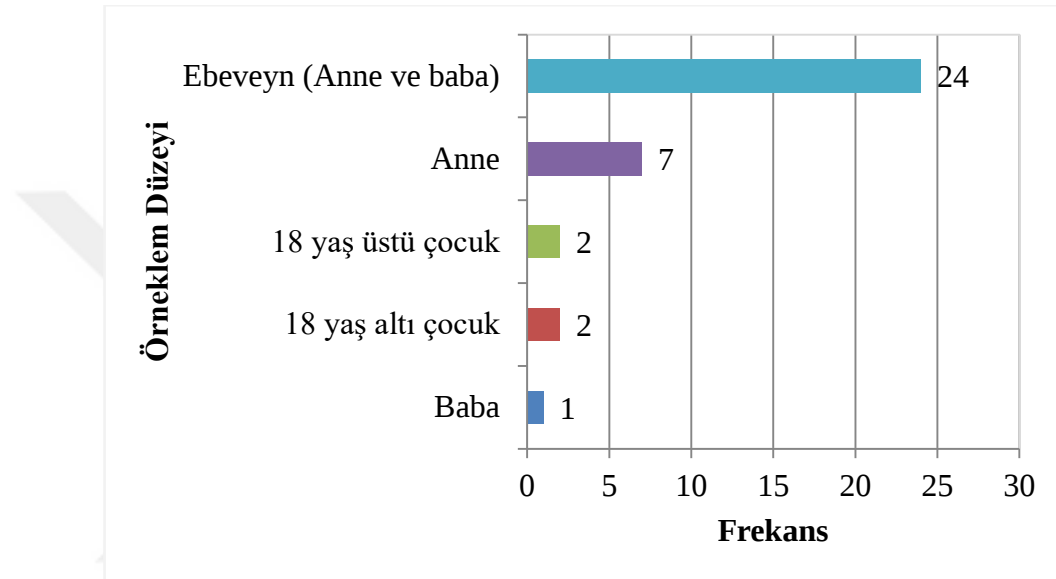
Sosyal medya hesabı incelenen ebeveynlerin sayısı	Araştırma sayısı	Ebeveynlerin sosyal medya hesaplarında incelenen fotoğraf/videoların sayısı	Araştırma sayısı
1-10	4	401-500	1
21-30	2	6001-7000	1

Tablo 4 incelendiğinde ebeveynlerin sosyal medya hesabını veya sosyal medyada paylaştığı fotoğraf/videoyu inceleyen 8 araştırma olduğu belirlenmiştir. Bu araştırmaların büyük bir kısmının ebeveynlerin sosyal medya hesabını inceleyen

araştırmalar (f=6) olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte 2 çalışmada ebeveynlerin sosyal medyada paylaştığı fotoğraf/videoların incelendiği görülmüştür.

3.7. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalardaki Örneklem Düzeyleri

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalardaki örneklem düzeyleri Şekil 10’da gösterilmiştir.



Şekil 10. Örneklem düzeyleri

Şekil 10’a göre incelenen araştırmalarda örneklem düzeyi olarak en çok ebeveynlerle (f=24) araştırma yürütüldüğü görülmüştür. Ebeveyn rolüne göre araştırmalar incelendiğinde annelerle (f=7) gerçekleştirilen araştırmaların daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte babalar ve 18 yaş altı çocuklarla sadece birer çalışma gerçekleştirildiği ortaya çıkmıştır.

3.8. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalardaki Veri Analiz Yöntemleri

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalardaki veri analiz yöntemleri Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 16. Veri analiz yöntemleri

Veri Analiz Yöntemleri	Frekans (f)	Yüzde (%)
Nitel Veri Analizleri	19	19,7
İçerik analizi	12	12,5
Betimsel analiz	2	2
Diğer (Tematik analiz)	3	3,2
Diğer (Kümeleme analizi)	1	1
Diğer (Söylem çözümleme)	1	1
Nicel Veri Analizleri		
Betimsel İstatistik	24	24,8
Yüzde	8	8,3
Frekans	7	7,2
Ortalama	5	5,2
Standart Sapma	4	4,1
Kestirimsel İstatistik-Parametrik Testler	29	30
Faktör analizi	8	8,3
t testi	7	7,2
ANOVA/ANCOVA	7	7,2
Korelasyon	4	4,1
Regresyon	3	3,2
Kestirimsel İstatistik-Non Parametrik Testler	24	24,8
Ki kare	6	6,2
Kolmogorov-Smirnov testi	5	5,2
Mann-Whitney U testi	4	4,1
Kruskall wallis h testi	4	4,1
Spearman korelasyon	3	3,2
Friedman testi	1	1
Wilcoxon işaretli sıralar testi	1	1

Tablo 5'e göre incelenen araştırmalarda veri analiz yöntemleri, nitel veri analiz ve nicel veri analiz (betimsel istatistik, kestirimsel istatistik-parametrik testler ve kestirimsel istatistik-non parametrik testler) olarak iki kısımda ele alınmıştır. İncelenen araştırmalarda veri analizi yöntemi olarak parametrik ve non parametrik testler dâhil olmak üzere kestirimsel istatistik tekniklerinin (f=53) daha fazla kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Kestirimsel istatistik teknikleri içerisinde faktör analizi (f=8) ilk sırada yer alırken bunu t testi (f=7) ve ANOVA/ANCOVA testlerinin (f=7) takip ettiği görülmüştür. Nitel veri analiz yöntemlerinde ise içerik analizi tekniğinin (f=12) öne çıktığı tespit edilmiştir.

3.9. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalarda Paylaşılan İçerik Türleri

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalarda ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili paylaştıkları içeriklerin türleri Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 17. Sharenting davranışıyla paylaşılan içeriklerin türleri

Paylaşılan İçerik Türleri			
Kategori	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Özel anlar	Ultrason görüntüsü	22	23,16
	İlk adım/İlk diş		
	Doğum günü kutlaması		
	Yılbaşı kutlaması		
	Mezuniyet/Yıl sonu gösterimi		
Etkinlikler	Spor	18	18,95
	Sanat		
	Şarkı söylerken		
	Dans ederken		
	Oyun		
Kişisel bilgiler	Tatil/Gezi	14	14,74
	Ad ve soyad		
	Doğum tarihi		
	Kimlik bilgileri		
	Konum bilgileri		
Duygusal hâl	Mutsuz anlar	12	12,63
	Komik anlar		
	Eğlenceli anlar		
Eğitim	Eğitici etkinlikler	11	11,58
	Okul yaşantısı/Başarısı		
	Eğitsel oyun		
Günlük rutinler	Uyku	10	10,53
	Yemek		
	Ev halleri		
Ticari	Ekonomik kazanç	4	4,21
	Reklam paylaşımı		
	Ürün tanıtımı		
Uygunsuz	Çıplak fotoğraflar	4	4,21
	Dudaktan öpme fotoğrafları		

Tablo 6'ya göre incelenen araştırmalarda paylaşılan içerik türleri; özel anlar, etkinlikler, kişisel bilgiler, duygusal hâl, eēitim, günlük rutinler, ticari ve uygunsuz olarak kategorilere ayrılmıştır. Ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medyada paylařtıēı en fazla içerik türü özel anlar iken(f=18), en az paylaşılan içerik türü ise ticari (f=4) ve uygunsuz (f=4) kategorisi olduēu görülmüştür.

3.10. Türkiye'de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalardaki Sharenting Davranışının Etkileri

Türkiye'de sharenting davranışını ele alan araştırmalardaki sharenting davranışının etkileri Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 18. Sharenting davranışının etkileri

Sharenting Davranışın Etkileri				
Tema	Kategori	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
ocuk	İhlal	Mahremiyet Hak Gizlilik	17	40,48
		İstismar	12	28,57
	Risk	Duygusal Ekonomik Cinsel Pedofili	7	16,67
		Dijital kimlik Dijital ayak izi Dijital ocuk kaçırma	3	7,14
	Duygusal	Nazar deēme Mutsuz hissetme	39	92,86
		Toplam	39	92,86
Ebeveyn	Duygusal	Mutlu hissetme Keyifli vakit	2	4,76
		Eēitsel	1	2,38
	Eēitsel	ēretici bilgi	3	7,14
		Toplam	3	7,14

Tablo 7'ye göre incelenen araştırmalarda sharenting davranışının etkileri ebeveyn ve ocuk teması altında ele alınarak ihlal, istismar, risk, duygusal ve eēitsel kategorilerine ayrılmıştır. Araştırmalarda sharenting davranışının etkilerinin oēunlukla çocuklar üzerinde (f=39) ele alındıēı görülmüştür. Bununla birlikte sharenting davranışının çocuklar üzerinde en fazla ihlal (f=17), en az ise eēitsel (f=1) etkisinin olduēu tespit edilmiştir. Ebeveynler zerindeki etkisi mutlu hissetme,

keyifli vakit geçirme gibi duygusal (f=2) ve öğretici bilgiler edinme gibi eğitsel (f=1) etkilerinin olduğu görülmüştür.

3.11. Türkiye’de Sharenting Davranışını Ele Alan Araştırmalardaki Sharenting Davranışının Nedenleri

Türkiye’de sharenting davranışını ele alan araştırmalardaki sharenting davranışının nedenleri Tablo 8’de gösterilmiştir.

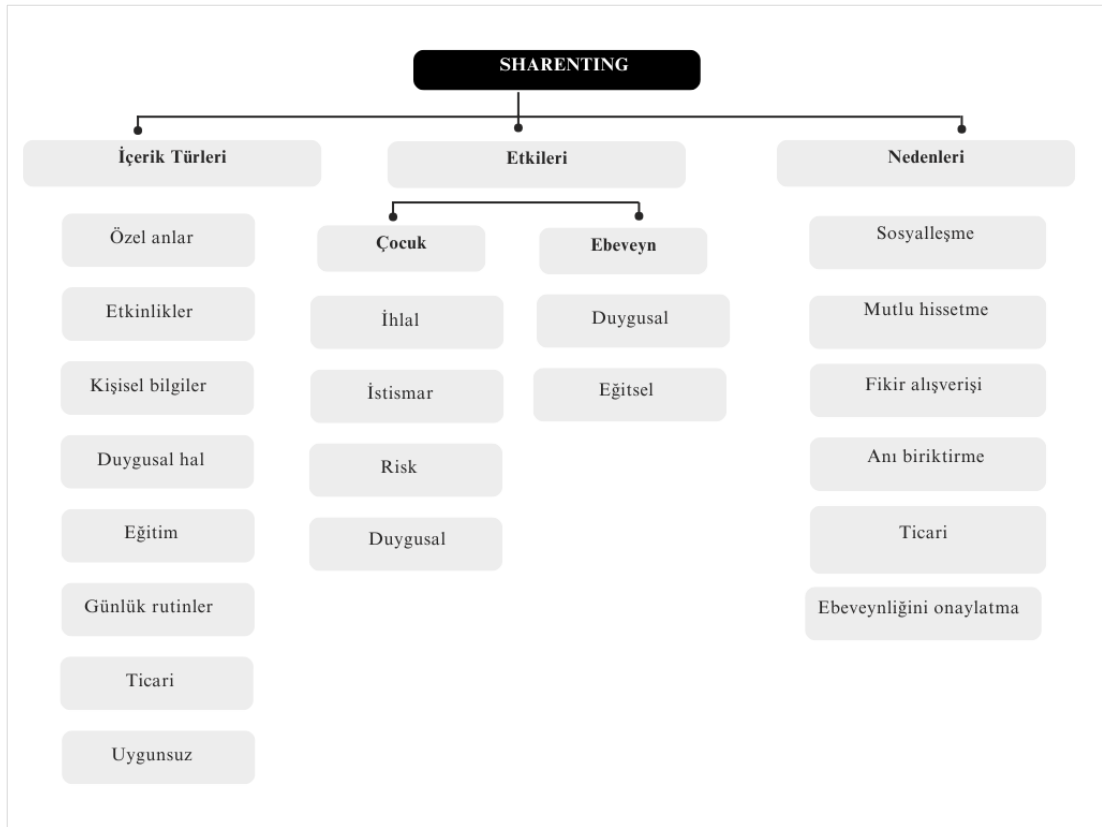
Tablo 19. Sharenting davranışının nedenleri

Sharenting Davranışın Nedenleri			
Kategori	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Sosyalleşme	Etkileşimde bulunma	22	27,16
	Yalnızlığı giderme		
	Yakın çevreyi çocuğun gelişimden haberdar etme		
	Yakın çevreyle iletişimde kalma		
Mutlu hissetme	Sevgisini gösterme	18	22,22
	İyi hissetme		
	Beğeni alma		
	Olumlu dönüt alma		
	Eğlenceli vakit geçirme		
Fikir alışverişi	Bilgi paylaşma	14	17,28
	Ebeveynlere tavsiyede bulunma		
	Ebeveynlik deneyimi paylaşma		
	Duygu ve düşüncayı sunma		
Anı biriktirme	Arşiv oluşturma	12	14,81
	Hatıra biriktirme		
	Dijital albüm oluşturma		
Ticari kazanç	Kazanç elde etme	9	11,11
	Ürün tanıtımı yapma		
	Çocuğu reklam yüzü olarak kullanma		
Ebeveynliğin i onaylatma	İyi ebeveyn olduğunu gösterme	6	7,40
	Takdir duygusu		

Tablo 8’e göre incelenen araştırmalarda ebeveynlerin sharenting davranışını gerçekleştirme nedenlerinin sosyalleşme, mutlu hissetme, fikir alışverişi, anı biriktirme, ticari kazanç ve ebeveynliğini onaylatma kategorileri altında toplandığı

ortaya çıkmıştır. İlgili kategoriler arasında ebeveynlerin sosyalleşme (f=22) nedeniyle sharenting davranışını gerçekleştirmelerinin öne çıktığı görülmüştür. Bunu ebeveynlerin çocuklarına yönelik paylaşımları sonrasında beğeni alma, olumlu dönüt alma, eğlenceli vakit geçirme vb. yansımaların mutlu hissetmelerini (f=18) sağlaması nedeninin takip ettiği ortaya çıkmıştır. Ebeveynlerin sharenting davranışının nedenleri arasında ticari kazanç (f=9) ve ebeveynliği onaylatma (f=6) son sırada yer almaktadır.

Sharenting davranışıyla paylaşılan içerik türleri, sharenting davranışının etkileri ve nedenleri Şekil 11’de özetlenmiştir.



Şekil 11. Sharenting davranışı içerik türleri, etkileri, nedenleri

4. TARTIŞMA, SONUÇ, ÖNERİLER

Bu çalışma, Türkiye’de ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarını ele alan araştırmaları incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Ulusal Tez Merkezi, Tr Dizin, Dergipark, Web of Science ve ERIC veri tabanları kullanılarak tarama yapılmıştır. Tarama sonucunda elde edilen makale, yüksek lisans ve doktora tezinden oluşan 36 araştırma çalışmaya dâhil edilmiştir. Araştırmalar; veri tabanları, yıllar, araştırma yaklaşımları ve modelleri, veri toplama araçları, örneklem seçim yöntemleri, örneklem sayıları, örneklem düzeyleri ve veri analiz yöntemlerine göre dağılımları ile birlikte ebeveynlerin çocuklarına yönelik sosyal medya paylaşımlarının içerik türleri, nedenleri ve etkileri incelenmiştir. Bu çalışma belirlenen veri tabanları ve Temmuz 2024’e kadar yayımlanan araştırmalarla sınırlıdır; dolayısıyla elde edilen sonuçlar da bu çerçevede değerlendirilmelidir.

Türkiye’de ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarını ele alan araştırmalar yayın türlerine göre incelendiğinde, tezlere nazaran daha çok makale türünde yayın yapıldığı görülmüştür. Tez çalışmalarının kapsamlı bir literatür taraması, metodolojik detaylandırma, uzun bir yazım süreci ve savunma aşaması göz önünde bulundurulduğunda makalelere göre yayımlanma süreci daha uzundur (Hartley, 2008). Yayın türlerinin sahip oldukları bu özellikler sharenting davranışının incelendiği araştırmaların çoğunlukla makalelerden oluşmasını açıklar niteliktedir. Aslında sharenting davranışının tez çalışmalarının ötesinde araştırılması konunun literatürde yaygınlaşmaya başladığının bir göstergesidir.

Araştırmalar yayın yıllarına göre incelendiğinde, en çok 2022 yılında yayın yapıldığı görülmüştür. Ayrıca araştırmaların yayın yılı 2016’dan 2022 yılına kadar artan bir eğilimde olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda yapılan araştırmalara bakıldığında son yıllarda sharenting davranışını ölçmek için ölçek geliştirmeyle ilgili araştırmaların yapıldığı görülmektedir (Cansızlar ve Şahin, 2024; Alemdar ve Kahraman, 2023; Göral, 2022). Hem geliştirilen ölçeklerin etkisi hem de sharenting davranışının yeni ve güncel bir araştırma konusu olması sebebiyle, bu konuya ilişkin araştırma sayısının zamanla artacağı öngörülmektedir.

Araştırmalar yaklaşımlarına göre incelendiğinde, araştırmaların çoğunlukla nitel araştırma yaklaşımıyla yürütüldükleri görülmüştür. Bu araştırmalar ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarına ilişkin görüşlerin

belirlenmesi (Günüç, 2020), ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşım içeriklerin belirlenmesi (Baloğlu, 2023), ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi (Turgut vd., 2021), ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarının çocuk açısından değerlendirilmesi (Baştamur vd., 2021), ebeveynlerin sharenting davranışının incelenmesi (Aslan, 2022), ebeveynlerin sharenting davranışını hukuki olarak incelemesi (Zorluoğlu Yılmaz, 2021) ve ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarının nedenlerini incelemesi (Aydoğdu vd., 2023) amacıyla gerçekleştirilmiştir. Güncel bir konu olan sharenting davranışının ebeveyn ve çocuk perspektifinden derinlemesine incelenmesi Türkiye'deki mevcut durumun anlaşılması noktasında önem arz etmektedir. İlgili araştırmalarda olgu ve betimsel araştırma modellerinin daha fazla tercih edilmesi bu duruma hizmet ettiğinin bir göstergesidir. Dolayısıyla nitel araştırma yaklaşımlarının daha fazla kullanılması beklenen bir sonuçtur. Son yıllarda ölçek geliştirme araştırmalarındaki artış bu konuda gerçekleştirilen nicel araştırmaların artmasını tetiklediği düşünülmektedir (Tavşancıl, 2019). Bu durum yürütülen nicel araştırmalarda daha çok tarama ve ölçek geliştirme araştırma modellerinin tercih edilmesiyle açıklanabilir. Nitekim tarama modeli ebeveynlerin sharenting davranışını daha geniş örneklemeler üzerinden anlama imkanı sunmaktadır.

Araştırmalar veri toplama araçlarına göre incelendiğinde, en çok kullanılan veri toplama aracının anket olduğu ortaya çıkmıştır. Anketlerin nitel, nicel ve karma araştırmalarda veri toplama aracı olarak kullanılmasının doğal bir sonucu olabilir. Eğitim araştırmalarında yaygın olarak kullanılan anketler geniş kitlelerden bir konuda duygu, düşünce, inanç, tutum, algı ve değerleri hakkında kolaylıkla bilgi edinmeyi sağlamaktadır (Johnson ve Christensen, 2014). İncelenen araştırmalarda anketten sonra en çok kullanılan veri toplama aracının ölçek olduğu görülmüştür. Katılımcıların tutumlarını, becerilerini ve davranışlarını ölçmeye yönelik objektif ve karşılaştırılabilir veriler sağlayan ölçekler (Büyüköztürk, 2020) sayesinde elde edilen veriler, istatistiksel analizlerin daha sistematik yapılmasına olanak tanır (DeVellis, 2017). Ölçek geliştirme çalışmalarının artmasıyla birlikte literatürde bu tür araçların daha fazla kullanılması, araştırmaların nicel yönünü güçlendirerek araştırmacıların sharenting davranışına yönelik karmaşık süreçleri ölçmesine katkı sağladığı ifade

edilebilir. Ayrıca incelenen araştırmaların 7'sinde ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarına ilişkin dokümanlar veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Bu tür araştırmalar sharenting davranışına yönelik veri toplama araçlarında bireylerin yanıtlarından öte davranışlarının kendi doğal ortamında incelenmesi açısından önemlidir. Zira öz-bildirime dayalı veri toplama araçlarında katılımcıların sosyal beklentilere uygun yanıt verme eğilimleri, öznel yanlılığa yol açarak gerçek durumu yansıtmayabilir (Podsakoff vd., 2003). Bu bağlamda, sharenting davranışını daha doğru bir şekilde anlamak için araştırmalarda öz-bildirime dayalı veri toplama araçlarının yanı sıra, katılımcıların sosyal medya paylaşımlarının da incelendiği karma yöntemlerin kullanılması önerilmektedir. Ayrıca incelenen araştırmalarda toplanan verilerin analizinde nicel analiz yöntemlerinden kestirimsel istatistik tekniklerinin daha fazla kullanıldığı ve bu teknikler arasından faktör analizinin öne çıktığı tespit edilmiştir. İlgili araştırmalarda veri toplama aracı olarak ölçek ve anketlerin öne çıkması toplanan verilerin analizinde kestirimsel istatistik tekniklerinin daha fazla tercih edilmesini açıklar niteliktedir. Hatta bu konuda ölçek geliştirme araştırmalarının bir yansıması olarak faktör analizinin kestirimsel istatistik teknikleri arasında öne çıkması beklenen bir durumdur. Nitekim ölçek geliştirme sürecinde faktör analizi ölçeklerin geçerliliğini sağlamak ve ölçümlerin yapısal bütünlüğünü test etmek için kritik bir rol oynar (Field, 2013).

Araştırmalar örneklem türlerine göre incelendiğinde, en çok amaca uygun (ölçüt örnekleme) örnekleme kullanıldığı görölmüştür. Ölçüt örnekleme, belirli özelliklere sahip bireylerin seçilmesini sağlayarak, araştırmanın amacına ulaşmasına yardımcı olur ve bu nedenle özellikle hedef kitleyle ilgili araştırmalarda sıkça kullanılmaktadır (Cohen vd., 2018). Sharenting ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarıyla ilgili paylaşımlar yapmasını içeren özğün bir davranıştır. Bu nedenle araştırmalarda sosyal medyayı kullanan, belli bir yaş aralığında çocuğa sahip olan veya sosyal medyada çocuklarıyla ilgili en az bir kez paylaşımda bulunan ebeveynler gibi spesifik ölçütler üzerinden örneklem belirlenmesi, ölçüt örneklemenin yaygınlığını ortaya koymaktadır. İlgili örnekleme yöntemleri kullanılarak seçilen örneklemelerin sayısının en fazla 1-100 aralığında olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum, araştırmacıların daha az sayıda katılımcı ile derinlemesine bilgi toplama amacını

yansıtmakta ve nitel araştırma yaklaşımlarının doğası gereği küçük örneklem büyüklüklerinin tercih edilmesi ile açıklanabilir (Patton, 2015).

Araştırmalar örneklem düzeylerine göre incelendiğinde, çoğunlukla anne ve babaların birlikte yer aldığı araştırmaların yürütüldüğü görülmüştür. Bununla birlikte araştırmalarda ebeveyn rolü açısından anneler ile daha çok araştırma yapıldığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde literatürde sharenting davranışına yönelik daha çok anneler ile araştırmalar yürütüldüğü görülmektedir (Huang vd., 2018; Turgut vd., 2021). Bu durum annelerin babalara göre sosyal medyada daha çok paylaşım yapmalarının bir yansıması olarak değerlendirilebilir (Duggan vd., 2015). Ayrıca sharenting bağlamında babalarla sadece bir araştırmanın gerçekleştirildiği belirlenmiştir (Akyol ve Sumbas, 2023). Babalar ile sharenting davranışına yönelik araştırmaların sınırlılığı sadece Türkiye'ye özgü bir durum değildir (Ouvrein ve Verswijvel, 2019). Bu durum, toplumsal cinsiyet rolleri ve beklentilerle de ilişkili olabilir (Ammari ve Schoenebeck, 2015). Babaların sharenting davranışlarına yönelik daha fazla araştırma yapılması, ebeveynler arasındaki cinsiyet farklılıklarının anlaşılmasına yardımcı olabilir. Bununla birlikte gelecekteki araştırmalarda babaların sosyal medya üzerindeki etkileşimleri ve çocuklarının mahremiyetine olan duyarlılıkları daha kapsamlı bir şekilde ele alınması önerilebilir.

Araştırmalarda ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medyada paylaşımları incelendiğinde, içeriklerin özel anlar, etkinlikler, kişisel bilgiler, duygusal hal, eğitim, günlük rutinler, ticari ve uygunsuz olarak kategorilendirildiği tespit edilmiştir. İlgili kategoriler arasında ultrason görüntüsü, ilk adım/ilk diş, doğum günü kutlaması, yılbaşı kutlaması ve mezuniyet/yıl sonu gösterimini içeren özel anlar kategorisinin öne çıktığı belirlenmiştir. Maraşlı vd. (2016) ebeveynlerin sosyal medyada özellikle çocuklarıyla ilgili özel günlerini paylaştıklarını ifade etmiştir. Benzer şekilde ebeveynler çocuklarının özel günlerdeki aktivitelerini ve eğlendikleri anlarını da paylaşmaktadır (Brosch, 2016; Choi ve Lewallen, 2018). Bu çalışmanın ve literatürdeki araştırmaların sonuçlarından hareketle ebeveynlerin sharenting davranışı kapsamında en fazla özel anlara yönelik içerikleri paylaştıkları sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte, ebeveynlerin çocuklarına ilişkin paylaşımlarından öne çıkan bir diğer içerik türünün spor, sanat, şarkı söyleme, dans etme, oyun ve tatil/geziyi içeren etkinlik kategorisi olduğu görülmüştür. Literatürde ebeveynlerin

çocuklarına ilişkin tatil, gezi, spor, oyun vb. fotoğraf/videolarını sosyal medyada paylaştığına ilişkin araştırmalar mevcuttur (Balaban, 2021; Udenze ve Bode, 2020). Ebeveynlerin paylaştıkları arasında kişisel bilgiler ve uygunsuz kategorilerinde yer alan içerikler çocuklar açısından birtakım risklere sahiptir. Ebeveynler çocuğuna ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşarak çocuğunu ifşa etmiş olmaktadır (Davidson-Wall, 2018). Çocuğun kişisel bilgilerinin gizliliğini korumak adına ebeveynin paylaşımlarını bilinçli yapması gerekmektedir (Walrave vd., 2022). Bu nedenle ebeveynin sharenting davranışının risklerine ilişkin bilgilendirme yapılması önerilmektedir (Williams-Ceci vd., 2021). Çocuklara ilişkin kişisel bilgilerin yanı sıra çıplak ve dudaktan öpme fotoğraflarının yer aldığı uygunsuz kategorisindeki içerikleri ebeveynlerin sosyal medyada paylaşması çocuklarını istismar riskine açık hâle getirebilir. Nitekim ebeveynin çocuğuna ilişkin yaptığı bu tür paylaşımlar çocuğunu istismar riskiyle karşı karşıya getirmektedir (Brosch, 2018; Ouvrein ve Verswijvel, 2019). Dolayısıyla çocuk istismarını gerçekleştiren veya çocuk istismarına sebep olan kişi hem suç işlemiş sayılmakta hem de çocuk haklarını ihlal etmektedir (Lanzarote, 2007). Bu risklerden korunmak adına eğitim kurumlarında ve sosyal medya platformlarında çocukların dijital ayak izlerini koruma ve sharenting riskleri üzerine bilinçlendirme eğitimleri düzenlenebilir. Bununla birlikte sosyal medya platformları ebeveynlerin sharenting davranışlarına yönelik içerik filtreleme sistemleri, gizlilik ayarları ve çocuk haklarını koruyan uygulamalar geliştirebilir.

Araştırmalarda sharenting davranışının etkileri incelendiğinde, çocuk ve ebeveyn olarak iki tema altında toplandığı görülmüştür. Çocuk teması ihlal, istismar, risk ve duygu; ebeveyn teması ise duygusal ve eğitsel kategorilerini içerdiği ortaya çıkmıştır. İlgili kategoriler göz önünde bulundurulduğunda sharenting davranışının çocukları daha fazla etkilediği sonucuna varılmıştır. Sharenting davranışı çocuklar üzerinde olumsuz etkiler oluşturmakta ve ebeveyn-çocuk ilişkisini de olumsuz yönde etkilemektedir (Doğan Keskin vd., 2023; Ouvrein ve Verswijvel, 2019). Bunun aksine bu çalışmada sharenting davranışının ebeveynler üzerinde sadece olumlu etkilerinin olduğu sonucuna varılmıştır. Ebeveynler için sharenting davranışının olumsuz etkileri olmakla birlikte yeni bir bilgi öğrenme olumlu etki oluşturmaktadır (Latipah vd., 2020). Sharenting davranışının ebeveynler üzerindeki olumlu etkileri onların çocuklarına ilişkin paylaşımlarının devamlılığında etkili olduğu

düşünülebilir. Ancak sharenting davranışı ebeveynler için genellikle olumlu etkiler oluştururken çocuklarda risk ve tehlike barındıran olumsuz etkiler oluşturmaktadır. Bu olumsuz etkiler arasında mahremiyet, hak ve gizlilik olarak ele alınan ihlal kategorisinin öne çıktığı tespit edilmiştir. Literatürde sharenting davranışının çocuklarda mahremiyet ihlal ettiğine ilişkin birçok araştırma mevcuttur (Cataldo vd., 2022; Holiday vd., 2022; Kopecky vd., 2020; Latipah vd., 2020). Bu noktada ebeveynlerin çocuklarının mahremiyetini korumak adına birtakım önlemler alması gerekmektedir. Çocuğun yüzünün belirgin olmadığı uzaklıktaki fotoğrafını paylaşmak, çocuğun yüzünü dijital etiket ve emojilerle gizlemek (Autenrieth, 2018) ve çocuğun ismini sadece baş harfini kullanarak ya da takma ad ile vermek (Locatelli, 2017) alınabilecek önlemlerden birkaçıdır. Ayrıca sharenting davranışının çocuklar üzerindeki diğer olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik de ebeveynlerin bazı önlemler alması gerekmektedir. Bu bağlamda ebeveynlerin sharenting davranışı üzerinde farkındalık kazanması, dijital ebeveynlik görev ve sorumluluklarını bilmesi, sosyal medya hesaplarının gizli olması, çocuğuna yönelik paylaşımlarında kimlik bilgisi vermemesi ve çocuğun yaşını ve gelişimini dikkate alarak paylaşım ilişkisinin sorulması alınabilecek tedbirler arasındadır (Baştemur ve Griffiths, 2024; Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Bu bağlamda sharenting davranışının çocuk üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla ebeveynlere yönelik eğitim programları düzenlenebilir ve atölye çalışmaları gerçekleştirilebilir. Bu sayede ebeveynler hem dijital dünyada sorumlu bir şekilde nasıl hareket edecekleri konusunda bilgi sahibi olabilir hem de çocukların mahremiyetini koruma bilincini artırabilirler.

Araştırmalarda ebeveynlerin sharenting davranışları incelendiğinde, paylaşım nedenlerinin sosyalleşme, mutlu hissetme, fikir alışverişi, anı biriktirme, ticari kazanç ve ebeveynliğini onaylatma olarak kategorilendirildiği belirlenmiştir. Bu bağlamda sosyalleşme kategorisi, ebeveynlerin yalnızlık hissini giderme, yakın çevreyle iletişimi sürdürme ve çocuklarının gelişimi hakkında yakınlarını bilgilendirme isteğiyle öne çıktığı görülmüştür. Literatürde ebeveynlerin yakın çevreleriyle iletişimde kalmak için sosyal medyada çocuklarıyla ilgili paylaşım yaptığını belirten araştırmalar mevcuttur (Davis vd., 2015; Duggan vd., 2015; Wagner ve Gasche, 2018). Ebeveynlerin paylaşım nedenleri arasında öne çıkan bir

diğer kategori de mutlu hissetmedir. Bartholomew vd. (2012), ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarının iyi bir aile imajı oluşturarak kendilerini mutlu hissettirdiğini belirtmişlerdir. Bu durum, sosyal medyanın ebeveynlik algısını şekillendirmede önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte ebeveynlerin sharenting davranışının nedenlerinden biri olan anı biriktirmeye yönelik literatürde benzer sonuçlara ulaşan araştırmalar mevcuttur (Aslan ve Durmuş, 2020; Verswijvel vd., 2019; Wen vd., 2022). Bu araştırmalarda ebeveynler, çocuklarına yönelik yaptıkları paylaşımlarla çocuklarının dijital albümlerini oluşturduklarını ve biriktirdikleri anıları arşivlediklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca bu çalışmada ebeveynliğini onaylatma kategorisinin sharenting davranışının en az ifade edilen nedeni olduğu tespit edilmiştir. İyi ebeveyn olduğunu gösterme ve takdir edilmeyi içeren ebeveynliğini onaylatma nedenine yönelik literatürde yer alan araştırmalar oldukça kısıtlı sayıdadır (Wagne ve Gasche, 2018). Bu doğrultuda ebeveynlerin sosyal medya platformlarında ebeveynliklerini değerlendirme biçimlerini ve toplumdan gelen geri bildirimleri nasıl algıladıklarını anlamak yönelik araştırmaların yapılması önerilebilir. Ebeveynlerin sharenting davranış nedenleri arasında yer alan sosyalleşme, mutlu hissetme, fikir alışverişi, anı biriktirme vb. kategoriler bu davranışın altında yatan motivasyonu anlamak ve ebeveynlik dinamikleri üzerinde oluşturduğu etkiyi anlamak açısından önemlidir. Bu bağlamda ebeveynliği onaylatma, ticari kazanç elde etme gibi daha az belirtilen kategorilerin derinlemesine ele alınması ve paylaşıma ilişkin daha farklı nedenlerin ortaya çıkarılmasına yönelik araştırmalar gerçekleştirilmesi önerilebilir. Bu sayede alandaki literatürü zenginleştirebilir ve ebeveynlerin sosyal medya kullanımıyla ilgili daha kapsamlı bir anlayış geliştirilmesine katkıda bulunabilir.

KAYNAKÇA

- Acun, İ., Yücel, C., Belenkuyu, C. ve Keleş, S. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 23(4), 559-602.
- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Akıncı Vural, B. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 5(20), 3348-3382. <https://doi.org/10.19168/jyu.65130>.
- Akpınar, B. H., Paylan, N., Etlik, Ş., Erus, B. ve Karakoç, H. (2020). “Sharenting” konusunda ebeveynlerin farkındalık düzeyleri. *Genel Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(2), 8-18.
- Akyol, C. Ç. ve Sumbas, E. (2023). Sosyal medyada ebeveyn olmak: Babalar nerede?. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1282-1292.
- Akyüz, E. (2020). *Çocuk hukuku ve çocuk haklarının korunması* (7. Baskı). Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Alemdar, E. (2022). *Annelerin paylaşılan ebeveynlik (sharenting) eylemlerini inceleyen ölçek geliştirme çalışması* (Yayın No. 757131) [Yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Alemdar, E. ve Kahraman, S. (2023). Annelerin paylaşılan ebeveynlik (sharenting) eylemlerini inceleyen ölçek geliştirme çalışması. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 9(1), 70-82. <https://doi.org/10.24289/ijsser.1220169>
- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M. ve 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.
- Altunay, M. C. (2010). Gündelik yaşam ve sosyal paylaşım ağları: Twitter ya da “Pıt Pıt Net”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (12), 31-56.
- Altun, D. (2019). Okul öncesi çocukların dijital ayak izleri ve ekran süreleri ile ebeveynlerin paylaşım ve dijital ebeveynlik rollerinin araştırılması. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi/Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (35).
- Amichai Hamburger, Y. ve Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289-1295.

- Ammari, T. ve Schoenebeck, S. (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).
- Anderson, P. (2007). *What is web 2.0? Ideas, technologies and implications for education*. JISC Technology & Standards Watch.
<https://21stcenturywalton.pbworks.com/f/What+is+Web+2.0.pdf>
- Armitage, A. ve Keeple, A. (2008). Undertaking a structured literature review or structuring a literature review: Tales from the field. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(2); 103-114.
- Aslan, S. ve Durmuş, E. (2020). A current parent behavior in preschool: Sharenting. *Journal of Early Childhood Studies*, 4(1), 135–151.
<https://doi.org/10.24130/eccd-jecs.1967202041185>
- Aslan, S. (2022). *Ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarının (sharenting) incelenmesi* (Yayın No. 714110) [Yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Autenrieth, U. (2018). Family photography in a networked age: Anti-sharenting as a reaction to risk assessment and behaviour adaption. In Mascheroni G., Ponte C., Jorge A. (Eds.), *Digital parenting: The challenges for families in the digital age* (pp. 219–232). The International Clearinghouse on Children, Youth and Media.
- Ayan, B. (2016). *Sosyal ağlar tarihi*. İstanbul: Abaküs Yayınları.
- Aydoğdu, F., Güngör, B. Ş. ve Öz, T. A. (2023). Does sharing bring happiness? Understanding the sharenting phenomenon. *Children and Youth Services Review*, 107122.
- Balaban, H. Ö. (2021). Türkiye'deki ebeveynlerin Facebook'ta paylaşım yapmalarının yordayıcıları. *Psikolojik ve Eğitimsel Araştırma Dergisi*, 29(2), 130–149.
- Balaban, H. Ö. (2022). Demographic, social network structure and instagram use related factors predicting parents' sharenting behaviors. *Psikiyatride Guncel Yaklasimler*, 14(1), 28-36.
- Baloğlu, E. (2023). Instagram çağının dijital ebeveynleri: Sharenting bağlamında bir inceleme. *TRT Akademi*, 8(19), 766-785.
- Baştemur, Ş., Borucu, D. H. ve Bulut, S. (2021). Ebeveynlerin çocuklarının fotoğrafını sosyal medyada paylaşmasının (sharenting) psikolojik sonuçları: Bir sharenting olgu incelemesi. *Turk J Child Adolesc Ment Health*, 28(2), 166-173.

- Bartholomew, M. K., Schoppe-Sullivan, S. J., Glassman, M., Kamp Dush, C. M. ve Sullivan, J. M. (2012). New parents' Facebook use at the transition to parenthood. *Family relations*, 61(3), 455-469.
- Baumrind, D. (1971). Ebeveyn otoritesinin güncel kalıpları. *Gelişim psikolojisi*, 4 (12), 1.
- Bekdaş, A. (2021). *Sharenting: Sosyal medyada ebeveyn ve çocuk olmak* (Yayın No. 714782) [Yüksek lisans tezi, Ordu Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Bell, A. (2009). Exploring web 2.0. *Second generation Internet toolsblogs, podcasts, wikis, networking, virtual worlds, and more.*
- Blum-Ross, A. (2015). 'Sharenting': parent bloggers and managing children's digital footprints. *Parenting for a digital future.*
- Blum-Ross, A. ve Livingstone, S. (2017). Sharenting: Parent blogging and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125.
- Bosch, T. E. ve Card, N. A. (2012). Systematic literature reviews and meta-analyses. *Research Synthesis Methods.*
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the Internet: Sharenting as a growing trend among parents on facebook.
- Brosch, A. (2018). Sharenting—why do parents violate their children's privacy? *The New Educational Review*, 54(4), 75-85. doi:10.15804/tner.2018.54.4.06
- Büyüköztürk, Ş. (2020). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (28. baskı). Pegem Akademi.
- Byrne, J., Kardefelt-Winther, D., Livingstone, S. ve Stoilova, M. (2016). Küresel çocuklar çevrimiçi: araştırma sentezi 2015-2016.
- Cansızlar, M. M. ve Şahin, E. S. (2024). Development, validity, and reliability of the sharenting scale (SS). *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 11(1), 126-135.
- Carr, C. T. ve Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65.
- Cataldo, I., Lieu, A. A., Carollo, A., Bornstein, M. H., Gabrieli, G., Lee, A. ve Esposito, G. (2022). From the cradle to the web: The growth of “sharenting”

A scientometric perspective. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022.

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

Cohen, L., Manion, L. ve Morrison, K. (2018). *Research methods in education* (8th ed.). Routledge.

Collins Dictionary, 2024. Paylaşım. Çevrimiçi olarak mevcuttur:
<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/sharenting>

Constantinides, E. ve Fountain, S. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 231-244. <https://doi.org/10.1057/palgrave.dddmp.4350098>

Coughlan, S. (2018). 'Sharenting' puts young at risk of online fraud. *BBC News*, 21.
<https://www.bbc.co.uk/news/education-44153754>

Çimke, S., Yıldırım Gürkan, D. ve Polat, S. (2018). Sosyal medyada çocuk hakkı ihlali: Sharenting. *Güncel Pediatri*, 2(16).

Damkjaer, M. S. (2018). Sharenting=good parenting?: Four parental approaches to sharenting on Facebook.

Data Reportal (2024). *Digital 2024: Turkey*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>

Davis, J. C., Bryan, S., Li, L. C., Best, J. R., Hsu, C. L., Gomez, C., Vertes, K. A. ve Liu-Ambrose, T. (2015). Mobility and cognition are associated with wellbeing and health related quality of life among older adults: A cross-sectional analysis of the Vancouver Falls Prevention Cohort. *BMC Geriatrics*, 15(1), 75.

Davis, M., Clark, S. J., Singer, D. C., Hale, K., Matos-Moreno, A. ve Kauffman, A. D. (2021). Parents on social media: Likes and dislikes of sharenting. available
https://mottpoll.org/sites/default/files/documents/031615_sharenting_0.pdf

Davidson-Wall, N. (2018). "Mum, seriously": Sharenting the new social trend with no opt-out," in paper presented at the debating communities and social networks 2018 OUA conference (Crewe: Bentley).

DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications* (4. baskı). Sage Publications.

- Doğan Keskin, A., Kaytez, N., Damar, M., Elibol, F. ve Aral, N. (2023, May). Sharenting syndrome: An appropriate use of social media? *In Healthcare*, 11(10), 1359. <https://doi.org/10.3390/healthcare11101359>
- DSÖ (2007). *Helping Parents in Developing Countries Improve Adolescents' Health*. http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/43725/1/9789241595841_eng.pdf?ua=1&ua=1
- DSÖ (2020). *Child maltreatment: A global report on the evidence*. <https://www.unicef.org/media/70731/file/Global-status-report-on-preventing-violence-against-children-2020.pdf>
- Duggan, M., Lenhart, A., Lampe, C. ve Ellison, N. B. (2015). Parents and social media. *Pew Research Center*, 16(1), 2.
- Er, S., Yılmaztürk, N. H., Özgül, T. ve Çok, F. (2022). Parents' shares on Instagram in the early days of the COVID-19 pandemic. *Turkish Journal of Education*, 11(1), 1-15.
- Erdem, M. I. (2022). Sosyal medyada sharenting kavramı ve ulusal mevzuatta incelenmesi. *Küllüye*, 3(2), 165-183.
- Erdoğan, C. (2019). Çocukların kişisel verilerinin korunması (sosyal medya örneği kapsamında). *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 21, 2445-2467.
- Erişir, R. M. ve Erişir, D. (2018). Yeni medya ve çocuk: Instagram özelinde “sharenting”(“paylaşanabalık”) örneği. *Yeni Medya*, (4), 50-64.
- Esgin, Y., Gezmen, B. ve Özsürünç, R. (2022). Sosyal medyada ebeveynlerin dijital yerlilere yönelik içerik paylaşımlarının dijital kimlik inşasındaki rolü. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(4), 2079-2102.
- Evans, D. ve McKee, J. (2010). *Social media marketing: The next generation of business engagement*. John Wiley & Sons.
- Eyriç, E. C. (2022). *Sharenting davranışı (paylaşan ebeveynlik) ve ebeveyn farkındalığı 2021 Türkiye örnekleme* (Yayın No. 749326) [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). SAGE Publications.
- Georgiev, M., Hajdinjak, M., Kanchev, P. ve Apostolov, G. (2017). Parental support for development of children's digital skills. *Sofa: Bulgaria Kids Online*.

- Girgin, Ö. A. ve Gönal, S. (2020). Çocuğun kişisel verilerinin sosyal medyada ebeveyn tarafından paylaşımının hukuki sonuçları. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, (44), 99-128.
- Göktaş, Y., Hasaınçebi, F., Varisoğlu, B., Akcay, A., Bayrak, N., Baran, M. ve Sözbilir, M. (2012). Trends in educational research in Turkey: A content analysis. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 12(1), 443-460.
- Göktaş, Y., Küçük, S., Aydemir, M., Telli, E., Arpacık, Ö., Yıldırım, G. ve Reisoğlu, İ. (2012). Türkiye’de eğitim teknolojileri araştırmalarındaki eğilimler: 2000-2009 dönemi makalelerinin içerik analizi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 12(1), 177-199.
- Gönenç, Ö. (2003). İnternet ve Türkiye’deki gelişimi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 16, 87-98.
- Gönenli, G. ve Hürmeriç, P. (2012). Sosyal medya: Bir alan çalışması olarak Facebook kullanımı. *Sosyal Medya/Akademi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Göral, S. (2022). *Paylaşanababalık (sharenting) ölçeği geliştirme çalışması* (Yayın No. 778661) [Yüksek lisans tezi, Haliç Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Griffiths, M. D. (2012). Facebook addiction: Concerns, criticisms and recommendations. *Psychological Reports*, 110, 518–520.
- Günüş, S. (2020). Sharenting eyleminin psikolojik açıdan değerlendirilmesi: Türk ve İngiliz annelerinin karşılaştırılması. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 12(1), 281-297.
- Hancı, İ. H. (2002). *Adli tıp ve adli bilimler*. Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Hartley, J. (2008). Academic writing and publishing: A practical handbook. Routledge.
- Haslam, D. M., Tee, A. ve 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>
- Higgins, J. P. T., Thompson, S. G., Deeks, J. J. ve Altman, D. G. (2011). Measuring inconsistency in meta-analyses. *BMJ*.
- Holiday, S., Norman, M. S. ve Densley, R. L. (2022). Sharenting and the extended self: Self-representation in parents’ Instagram presentations of their children. *Popular communication*, 20(1), 1-15.

- Hu, Y., Manikonda, L. ve Kambhampati, S. (2014). What we Instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), 595-598.
Erişim adresi: <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14578>
- Huang, J., Kumar, S. ve Hu, C. (2018). Gender differences in motivations for identity reconstruction on social network sites. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(7), s.591-602.
<https://doi.org/10.1080/10447318.2017.1383061>
- Işıklı, B. (2008). Çocuk stismarının toplumsal boyutu. 6. *Sokakta Çalışan ve Yaşayan Çocuklar Sempozyumu Kitabı içinde*, 156-63.
- Johnson, B. ve Christensen, L. (2014). *Eğitim araştırmaları: Nicel, nitel ve karma yaklaşımlar* (4. baskıdan çeviri), (S.B.Demir, Çev. Ed.). Eğiten Kitap.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kaya, M. (2015). *Elektronik ortamda kişilik hakkı ihlalleri ve korunması* (Yayın No. 413718) [Doktora tezi, Ankara Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Global Internet Use Accelerates, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>, Erişim Tarihi: 22. 07. 2024.
- Kennedy, G., Dalgarno, B., Gray, K., Judd, T., Waycott, J., Bennett, S. ve Churcward, A. (2007). The net generation are not big users of Web 2.0 technologies: Preliminary findings. *Yıllık Konferans Avustralya Bilgisayarlar Topluluğu Üçüncül Eğitimde Öğrenme* (s. 517-525). Singapur: Nanyang Teknoloji Üniversitesi.
- Kepenekçi, Y. (2001). Hukuksal açıdan çocuk istismarı ve ihmali. *Katkı Pediatri Dergisi*, 22(3), 262-269.
- Kitchenham, B. (2004). In: Procedures for undertaking systematic reviews. Joint technical report, computer science department, Keele University.
- Kopecky, K., Szotkowski, R., Aznar-Díaz, I. ve Romero-Rodríguez, J. M. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, 110, 104812.
<https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104812>
- Kopuz, T. (2021). Ebeveynlerin dijital dünyada paylaşımları: Sharenting (Yayın No. 681658) [Yüksek lisans tezi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

- Kopuz, T., Turgut, Y. E. ve Aslan, A. (2022). Sharenting: Kavramsal bir çözümleme. *Intermedia International E-journal*, 9(17), 379-390.
- Kujawski, B., Holyst, J. ve Rodgers, G. J. (2007). Growing trees in Internet news groups and forums. *The American Physical Society*, 76(3), 387-402. <https://doi.org/10.1103/PhysRevE.76.036103>
- Kumar, P. ve Schoenebeck, S. (2015). 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 and Social Computing:1302-1312.
- Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction: A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8, 3528–3552.
- Küçükali, A. ve Serçemeli, C. (2019). Çocukların sosyal medyadaki mahremiyet hakları ve sharenting üzerine bir uygulama: Atatürk Üniversitesi örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(68).
- Lanzarote, (2007). Çocukların cinsel suistimal ve cinsel istismara karşı korunmasına ilişkin avrupa konseyi sözleşmesi. Avrupa Konseyi Sözleşmeler Dizisi - No. 201.
- Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F. ve Putranta, H. (2020). Y kuşağı ebeveynlerinde paylaşımın motivasyonunu ve psikolojik etkisini detaylandırmak. *Üniv. J. Educ. Res.* 8, 4807–4817.
- Leaver, T. (2020). Gizliliği dengelemek: Paylaşımcılık, yakın gözetim ve unutulma hakkı. *Routledge'in dijital medya ve çocuklara eşlik eden kitabında* (s. 235-244). Routledge.
- Leckart, S. (2012). *Facebook-free baby*. Wall Street Journal. Retrieved from <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052702304451104577392041180138910>
- Lietsala, K. ve Sirkkunen, E. (2008). *Social media introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampere University Press. <https://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-7320-3>
- Livingstone, S., Ólafsson, K., Helsper, E. J., Lupiáñez-Villanueva, F., Veltri, G. A. ve Folkvord, F. (2017). Maximizing opportunities and minimizing risks for children online: The role of digital skills in emerging strategies of parental mediation. *Journal of Communication*, 67(1), 82–105. <https://doi.org/10.1111/jcom.12277>
- Locatelli, E. (2017). Images of breastfeeding on Instagram: Self-representation, publicness, and privacy management. *Social Media + Society*, 3(2), 1–14.

- Logar, S., Anzelm, D., Lazic, D. ve Vujacic, V. (2016). *Global Kids Online Montenegro: Opportunities, Risks and Safety*. UNICEF Karadağ, <http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/71295>
- Mavnacıoğlu, K. (2009). İnternet’te kullanıcıların oluşturduğu ve dağıttığı içeriklerin etik açıdan incelenmesi: Sosyal medya örnekleri [Medya ve etik sempozyum sunumu]. Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, Elazığ.
- Maraşlı, M., Sühendan, E., Yılmaztürk, N. ve Çok, N. (2016) Parents’ shares on social networking sites about their children: Sharenting. *Anthropologist*, 24 (2), 399-406.
- Mascheroni, G., Ponte, C. ve Jorge, A. (2018). Digital parenting: The challenges for families in the digital age. Göteborg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Erişim adresi: https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/12488016/yearbook_2018_digital_parenting.pdf#page=21
- Mayfield, A. (2008). What is social media? https://crmexchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- McCay-Peet, L. ve Quan-Haase, A. (2017). What is social media and what questions can social media research help us answer. *The SAGE handbook of social media research methods*, 13-26.
- McHugh, M. L. (2012). Interrater reliability: the kappa statistic. *Biochemia Medica*.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G. ve The PRISMA Group. (2015). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *PLoS Med*.
- Morva, O. ve Ünlü, D. G. (2021). Ebeveynlik blogları ve çocuğun çevrimiçi mahremiyeti: Türkiye’deki ebeveynlik bloglarının mahremiyet yönetimi üzerine. *İlef Dergisi*, 9(1).
- Ocakoğlu, F. T., Ocakoğlu, B. K., Mutlu, C., Duran, B., Güneş, A. ve Karaçetin, G. (2023). Neden ‘Sharenting’? Ebeveynlerin veya çocukların psikiyatrik semptomlarıyla ilişkili mi? *Türk J Child Adolesc Ment Health*, 30(1), 44-52.
- Ollier, K. ve Hobday, A. (2004). Creative therapy: Adolescents overcoming child sexual abuse. Melbourne: ACER Press.
- Omur, S. ve Uyar, M. (2022). Sharenting: Türkiye’de ebeveynlerin paylaşım eğilimleri üzerine bir değerlendirme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (9), 23-45.

- O'Neill, J. (2015). The disturbing facebook trend of stolen kids photos, 3 March, Retrieved 19/12/2015, from <https://www.yahoo.com/parenting/mom-my-son-was-digittally-kidnapped-what-112545291567.html>
- Ouvrein, G. ve Verswijvel, K. (2019). Sharenting: parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319–327.
- Pati, D. ve Lorusso, L. (2018). How to write a systematic review of the literature. *Health Environment Research & Design Journal*, 11(1), 15-30. <https://doi.org/10.1177/1937586717747384>
- Patton, M. Q. (2015). Qualitative research & evaluation methods (4th ed.). Sage Publications.
- Petticrew, M. ve Roberts, H. (2008). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. John Wiley & Sons.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y. ve Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Polat, O. (2004). *Klinik adli tıp* (1.Baskı). Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Polat, O. (2007). *Tüm boyutları ile çocuk istismarı*. İstanbul: Seçkin Yayınları.
- Pollock, A. ve Berge, E. (2018). How to do a systematic review. *International Journal of Stroke*, 13(2), 138-156.
- Rampai, N. (2013). The development model of knowledge management via social media to enhance graduated student's self- directed learning skills. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 103, 1006-1010.
- Runyan, D. (2002). Child abuse and neglect by parents and other caregivers. *World report on violence and health*.
- Sayimer, İ. (2008). *Sanal ortamda halkla ilişkiler*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Saylık, F. Z. ve Yalçın, M. G. (2018). Otoriter veya demokratik ebeveyn tutumunun ve ebeveyne bağlanma biçiminin suçluluk ve utanç duygularına etkisinin yarı-deneyssel yöntemle incelenmesi. *Psikoloji Çalışmaları*, 38 (2), 95-127.
- Szeto, M. D., Mamo, A., Afrin, A., Militello, M. ve Barber, C. (2021). Dermatolojide sosyal medya ve popüler sosyal medya platformlarına genel bakış. *Güncel dermatoloji raporları*, 1-8.

- Steinberg, S. B. (2016). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory Lj*, 66, 839.
- Şimşek, E. E. ve Ünal, F. (2020). Opinions of parents on social media shares about children. *İlköğretim Online*, 19(3).
- Taner, Y. ve Gökler, B. (2004). Çocuk istismarı ve ihmali: Psikiyatrik yönleri. *Acta Medica*, 35(2), 82-86.
- Tavşancıl, E. (2019). Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi (6. baskı). Nobel Yayıncılık.
- Tosuntaş, Ş. B. ve Griffiths, M. D. (2024). Sharenting: A systematic review of the empirical literature. *Journal Of Family Theory & Review*, 1-38.
- Turgut, Y. E., Kopuz, T., Aslan, A. ve Toksoy, S. E. (2021). Factors affecting parents' share on social media about their children. *Cukurova University Faculty of Education Journal*, 50(1), 276-292.
- TÜİK. (2024). Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması. 10 Ağustos 2024 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr> adresinden erişilmiştir.
- TDK. (2024). *Ebeveyn*. [Sozluk.gov.tr](https://sozluk.gov.tr) Güncel Türkçe Sözlük içinde. 9 Ağustos, 2024 tarihinde <https://sozluk.gov.tr> adresinden erişilmiştir.
- Türk Medeni Kanunu. (2001). 10 Ağustos 2024, tarihinde <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.4721.pdf> adresinden erişilmiştir.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, (1982). 10 Ağustos 2024, tarihinde <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2709.pdf> adresinden erişilmiştir.
- Udenze, S. ve Bode, O. S. (2020). Sharenting in digital age: A netnographic investigation. *International Journal of Darshan Institute on Engineering Research and Emerging Technologies*, 9(1), 29–34. <https://doi.org/10.32692/ijdi-eret/9.1.2020.2005>
- Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K. ve Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review*, 104, 104401.
- Wagner, A. ve Gasche, L. A. (2018). Sharenting: Sosyal ağ sitelerinde başkalarının gizliliğine ilişkin kararlar vermek. Multikonferenz Wirtschaftsinformatik, Lüneburg, Almanya'da sunulan bildiride.

- Walrave, M., Verswijvel, K., Ouvrein, G., Staes, L., Hallam, L. ve Hardies, K. (2022). The limits of sharenting: Exploring parents' and adolescents' sharenting boundaries through the lens of communication privacy management theory. In *Frontiers in Education* (Vol. 7, p. 803393). Frontiers Media SA.
- Walrave, M., Robbé, S., Staes, L. ve Hallam, L. (2023). Mindful sharenting: how millennial parents balance between sharing and protecting. *Frontiers in Psychology*, 14, 1171611.
- WAS. (2024). Digital in 2024. 22 Temmuz 2024, tarihinde <https://wearesocial.com/digital-2024> adresinden erişilmiştir.
- Wen, L. J., Teng, C. T. Y. ve Dhanapal, S. (2022). The trend of sharenting among Malaysian parents: A qualitative study on their content and motivation. *International Journal of Public Health*, 11(1), 310–319. <https://doi.org/10.11591/ijphs.v11i1.21193>
- Wiki. (2024, 19 Temmuz). *Wikipedia içinden*. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Viki>.
- Williams-Ceci, S., Grose, G. E., Pinch, A. C., Kizilcec, R. F. ve Lewis, N. A. Jr. (2021). Combating sharenting: interventions to alter parents' attitudes toward posting about their children online. *Comp. Human Behav.* 125:106939. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106939>
- Yılmaz, A. (1999). Çocuk yetiştirme tutumları: Kuramsal yaklaşımlar ve görgül çalışmalar. *Türk Psikoloji Yazılar*, 1(3), 99–118.
- Yılmaz, Y. (2020). 5-6 yaş grubu çocukların sahip oldukları öz düzenleme becerileri ile anne baba tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Bursa Uludağ Üniversitesi.
- 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.
- Zawacki-Richter, O., Kerres, M., Bedenlier, S., Bond, M. ve Buntins, K. (2020). *Systematic reviews in educational research: Methodology, perspectives and application*. Springer Nature.
- Zorluoğlu Yılmaz, A. (2021). Sharenting ve velayet hakkının sınırları. *Selçuk Law Review*, 29(4), 3383-3417. <https://doi.org/10.15337/suhfd.972124>

EKLER

Ek-1. Çalışmaya Dâhil Edilen Araştırmalar

Sayı	Yayın Yılı	Araştırma Adı	Yazar/Yazarlar
1	2016	Parents' Shares on Social Networking Sites About their Children: Sharenting - Ebeveynlerin Çocuklarıyla İlgili Sosyal Paylaşım Sitelerindeki Paylaşımları: Sharenting	Müge Maraşlı, Sühendan Er, Nergis Hazal Yılmaztürk, Figen Çok
2	2018	Yeni medya ve çocuk: Instagram özelinde “Sharenting” (“Paylaşanababalık”) örneği	Rabia Merve Erişir, Deniz Erişir
3	2020	Okul öncesi dönemde güncel bir ebeveyn davranışı: Sharenting	Sebahaddin Aslan, Emine Durmuş
4	2020	“Sharenting” konusunda ebeveynlerin farkındalık düzeyleri	Bahanur Selcan Akpınar, Neslihan Paylan, Şeyma Etlik, Büşra Erus, Hediye Karakoç
5	2020	Sharenting eyleminin psikolojik açıdan değerlendirilmesi: Türk ve İngiliz annelerinin karşılaştırılması	Selim Günüş
6	2021	Ebeveynlerin çocuklarının fotoğrafını sosyal medyada paylaşmasının (Sharenting) psikolojik sonuçları: Bir Sharenting olgu incelemesi	Şule Baştemur, Dilara Hatice Borucu, Sezer Bulut
7	2021	Oyun mu İş mi? Youtube Kidfluencerları üzerine karşılaştırmalı bir analiz	Elif Karakoç, Türkay Türkan Ünlü
8	2021	Ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarına ilişkin paylaşımlarını etkileyen faktörler	Yiğit Emrah Turgut, Tuba Kopuz, Alper Aslan, Seyhan Eryılmaz Toksoy
9	2021	Ebeveynlik blogları ve çocuğun çevrimiçi mahremiyeti: Türkiye’deki Ebeveynlik Bloglarının Mahremiyet Yönetimi Üzerine	Oya Morva, Derya Gül Ünlü
10	2021	The Predictors Of Sharenting On Facebook By Parents In Turkey	Hale Ögel Balaban

11	2021	Sharenting sosyal medyada ebeveyn ve çocuk olmak	Aysun Bekdaş
12	2021	Ebeveynlerin dijital dünyada paylaşımları Sharenting	Tuba Kopuz
13	2021	Annelerin Psikoloji Sağlamlık Durumları ve Sosyal Medya Kullanım Özellikleri	Betül Orhan Kılıç
14	2022	Demographic, social network structure- and instagram- use-related factors predicting parents' Sharenting behaviors -	Hale Ögel Balaban
15	2022	Sharenting: Türkiye'de ebeveynlerin paylaşım eğilimleri üzerine bir değerlendirme	Songül Omur, Mehtap Uyar
16	2022	Parents' shares on Instagram in the early days of the COVID-19 pandemic	Sühendan Er, Nergis Hazal Yılmaztürk, Tuba Özgül, Figen Çok
17	2022	Sosyal medyada ebeveynlerin dijital yerlilere yönelik içerik paylaşımlarının dijital kimlik inşasındaki rolü	Yeşim Esgin, Başak Gezmen, Recep Özsürünç
18	2022	Ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili sosyal medya paylaşımlarının (Sharenting) incelenmesi	Sebahaddin Aslan
19	2022	Ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarının çocuk haklarına dair sözleşme kapsamında 'sharenting' açısından incelenmesi	Özge Yılmaz
20	2022	Sharenting davranışı (Paylaşan ebeveynlik) ve ebeveyn farkındalığı 2021 Türkiye örnekleme	Emine Ceren Eyryce
21	2022	Annelerin paylaşan ebeveynlik (Sharenting) eylemlerini inceleyen ölçek geliştirme çalışması	Ezgi Alemdar
22	2022	Paylaşanababalık (sharenting) ölçeği geliştirme çalışması	Simge Göral
23	2022	Dijital Toplumda Ebeveynlik	Sebihat Tofan
24	2022	Yeni Sömürü Pratiklerinde Dijital Çocuk Emegi: Ebeveyn Algısı	Esra Kuru

25	2023	Paylaşma davranışını ölçmek: Paylaşım değerlendirme geçerlilik ve güvenirlik ölçeğinin Türkçe versiyonu	Betül Orhan Kılıç
26	2023	Why 'Sharenting'? Is it related to parents' or children's psychiatric symptoms?	Fevzi Tuna Ocakoğlu, Binay Kayan Ocakoğlu, Caner Mutlu, Büşra Duran, Adem Güneş, Gül Karaçetin
27	2023	Annelerin paylaşan ebeveynlik (sharenting) eylemlerini inceleyen ölçek geliştirme çalışması	Ezgi Alemdar, Süleyman Kahraman
28	2023	Instagram çağının dijital ebeveynleri-Sharenting bağlamında bir inceleme	Enes Baloğlu
29	2023	Sosyal Medyada Ebeveyn Olmak: Babalar Nerede?	Canan Çitil Akyol, Ezgi Sumbas
30	2023	Beliren Yetişkinlerin Sharenting Yaşantılarına İlişkin Görüşleri: Nitel Bir Çalışma	Mustafa Maruf Cansızlar
31	2023	Sharenting syndrome: An appropriate use of social media?	Ayten Doğan Keskin, Nazan Kaytez, Mustafa Damar, Fatma Elibol ve Neriman Aral
32	2023	Does Sharing bring happiness? Understanding the Sharenting phenomenon	Fuat Aydoğdu, Beyza Şanal Güngör, Türkan Ayhan Öz
33	2023	Annelerin Instagram takipçi sayısı ile sharenting kavramı arasındaki ilişki	Betül Orhan Kılıç Serhat Kılıç Dilek Konuksever Betül Ulukol
34	2024	Paylaşmadan Önce Çocukları Düşünmek: Anne-Babaların Sharenting'e Yönelik Tutumlarını Değiştirmeye Yönelik Bir Müdahale	İrem Gül Ayçiçek
35	2024	Dijital Ebeveynlik Olgusu Olarak Sharenting	Pelin Kılıç Ölüölmez
36	2024	Development, Validity, and Reliability of the Sharenting Scale (SS)	Mustafa Maruf Cansızlar, Ekrem Sedat Şahin