



Sharenting: Kavramsal Bir Çözümleme¹

Sharenting: A Conceptual Analysis

Tuba KOPUZ² 

Yiğit Emrah TURGUT³ 

Alper ASLAN⁴ 

ÖZ: Sharenting, ebeveynin çocuğa ait içerikleri dijital ortamlarda paylaşmasıdır. Kavram oluşumu itibarıyla İngilizcede paylaşma anlamına gelen “sharing” ve ebeveynlik anlamına gelen “parenting” sözcüklerinin birleşimiyle oluşturulmuştur. Kavramın Türkçe karşılığı bulunmamaktadır. “Sharenting” kavramına ilişkin çalışmalar 2012 yılında başlamakla birlikte ilk akademik çalışma 2015 yılında yapılmıştır. Türkiye’de kavrama ilişkin yapılan ilk çalışma 2016 yılında gerçekleştirilmiştir. Sharenting; yeni, güncel ve popüler bir kavramdır. Ebeveynler farklı gerekçelerle sharenting davranışında bulunmaktadır. Sharenting, ebeveynlere çeşitli imkânlar sunan bir davranış olmakla birlikte etik ve ahlaki açıdan doğru şekilde yapılandırılmadığında çocuk açısından ciddi riskler ve sorunlar taşımaktadır. Çocuğun dijital ortamlarda korunmasında ulusal ve uluslararası mevzuatlar ve yasal düzenlemeler ebeveynleri sorumlu tutmaktadır. Bu çalışmanın amacı ilgili alanyazın çerçevesinde sharenting kavramının tanımlamak ve kavramın gelişim sürecini açıklamak, ebeveynlerin sharenting davranışını gerçekleştirme nedenlerini ifade etmek, sharenting davranışının yarattığı sorunları ele almak ve ulusal ve uluslararası yasal mevzuatlar çerçevesinde sharenting davranışını irdelemektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Kavramsal Çözümleme, Sharenting, Çocuk, Ebeveyn

¹ This article, published in 2021 at the Institute of Graduate Education of Recep Tayyip Erdoğan University, Department of Computer and Instructional Technology Education, was produced from the master’s thesis titled “Sharing of Parents in the Digital World: Sharenting” prepared by Tuba Kopuz, which was conducted under the supervision of Assistant Professor Yiğit Emrah Turgut and Assistant Professor Alper Aslan.

² Corresponding Author, Instructor, Ministry of National Education **e-mail:** tuba_kopuz19@erdogan.edu.tr **ORCID:** 0000-0001-6418-4580

³ Assoc. Prof. Dr., Recep Tayyip Erdoğan University, Faculty of Education **e-mail:** yigitemrah.turgut@erdogan.edu.tr **ORCID:** 0000-0002-6306-4090

⁴ Assoc. Prof. Dr., Munzur University, Çemişgezek Vocational School **e-mail:** alperaslan@gmail.com **ORCID:** 0000-0003-2970-6114

Atf/Citation: Kopuz, T., Turgut, Y.E. ve Aslan, A. (2022). Sharenting: Kavramsal Bir Çözümleme. Intermedia International e-Journal, 9(17) 379-390. doi: 10.56133/intermedia.1169655.

Extended Abstract: The use of the Internet and social media has increasingly become widespread. Social media has become an important part of daily life. Thanks to social media, people can receive and offer services in many fields such as education, entertainment, and trade. Social media which is effective in the daily life of many people from different walk of life has also reflected in parents' routines. The purpose of the current study is to define the concept of sharenting within the framework of the literature and explain the development process of the concept, express the reasons for the parents' sharenting behaviour, address the problems created by the sharenting behaviour, and examine the sharenting behaviour within the framework of national and international legal regulations.

Sharenting refers to sharing content about children by parents in digital media. The concept of sharenting in English emerges from the combination of the terms "sharing" and "parenting". Along with studies on the concept of sharenting started in 2012, the first academic study was conducted in 2015. The first study on the concept of sharenting in Turkey was carried out in 2016. "Sharenting" is a new, current, and popular concept in both international and national literature. Although the concept can be translated into Turkish as "paylaşan ebeveynlik", there is no corresponding translation of the concept in Turkish as widely accepted. However, having a Turkish equivalent for the concept can be effective in raising and creating awareness of this behaviour in people. Therefore, one of the ways that many parts of the society, especially parents, can internalize the related concept expressively is to create a Turkish expression for the concept. It can be recommended for language experts and academicians working in the field of language education and teaching to find or create a response to the related concept that society can adopt. Besides, the Turkish Language Association (TDK) can also carry out studies on this subject.

Today's parents who have adopted the use of social media use social media for different purposes such as discussing their parenthood, finding solutions to parenting issues and giving advice to other parents, providing social interaction. Sharenting is effective in fulfilling some of the needs of parents. In fact, parents can fulfil some of their learning needs with sharing. It also provides parents with social interaction and communication opportunities with other parents. Besides, sharenting is also effective in fulfilling some affective needs such as the acceptance of parental identity and appreciation of parenting practices. Thus, sharenting is an activity which offers opportunities to parents. However, when parents share by using their parental identities, they also include their children. Parents think that there is not any situation in which their children are exposed to harmful effects while sharing. However, every share on social media about children exposes them to some digital risks. Even the disclosure of parents' identity through children may trigger ethical problems.

The ignorance of the possible consequences of the sharenting behaviour on children is the reason for the unconscious violation of the privacy of children by the parents. The problem with sharenting is that parents configure their children's digital identities without their children's consent. Indeed, children's digital identities should be created by themselves, not by their parents. The reason is that children are individuals who have the capacity to have rights. Therefore, this situation causes a violation of personal rights. The children's satisfaction with their parent's share is also unknown. As a result, it is foreseen that parents will have to encounter some legal processes in the future. Hence, the fact that the defendant-complainant relationship will be a parent-child relationship should be known. However, when considering the cultural structure of Turkey, it is predicted that the children's complaints against their parents will be lower than in Western culture. However, regardless of the situation, national and international legislation and legislative regulations are in favor of the children's interests. Social media platforms can be sensitive to prevent the parent-child conflicts arising from the sharenting behaviour and as a precaution they can provide a kind of warning before sharing. In the content shared, the user can be notified before sharing by using the face and word recognition systems.

It is possible that shares in a way that does not risk the children's safety, personality and existence as an individual are reasonable. However, there is no well-accepted criterion describing the 'reasonable' level. Although there is no regulation on what information parents can share about their children in many countries, it is considered that it is not possible to find a global solution. However, non-governmental organizations such as the Family Online Safety Institute can develop a common approach to the relevant situation and can ensure that the reasonable sharenting level is determined. The developed approach can also be used as a government policy regarding the sharenting behaviour. Initiatives to determine the reasonable level can be supported by extensive research such as the European Children Online Project (EU Kids Online) including Turkey and other 24 European countries and Global Kids Online supported by UNICEF.

Key Words: Social Media, Conceptual Analysis, Sharenting, Children, Parents

GİRİŞ

İnternet ve sosyal medya kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. We Are Social (WAS) 2022 raporuna göre İnternet kullanımı küresel anlamda %4 artarak %62,5'e; aktif sosyal medya kullanımı %10 artarak % 58,4'e ulaşmıştır. Aynı rapora göre dünyada günlük İnternet kullanım süresi 338 dakikadır ve bu sürenin 147 dakikası sosyal medyada kullanılmaktadır. Günlük İnternet kullanım süresinin %53,5'ini ise mobil paylaşımlar oluşturmaktadır. Türkiye'de günlük İnternet kullanımı 420 dakika olarak raporlanmıştır. Bu sürenin 179 dakikası sosyal medyada kullanılmaktadır (WAS, 2022).

Sosyal medya, içeriklerin kullanıcılar tarafından oluşturulmasına ve oluşturulan içeriklerin kullanıcılar arasında paylaşılmasına imkân sağlayan İnternet tabanlı bir uygulamadır (Kaplan & Haenlein, 2010, s. 61). Gündelik hayatın önemli bir parçası haline gelen sosyal medya kişilere ticaret (Jacobson, Gruzd & Hernández-García, 2020, s. 7), eğitim (Barrot, 2021, s. 2), eğlence (WAS, 2021) gibi pek çok alanda hizmet sunabilmektedir. Birçok kesimden kullanıcıya hizmet sağlayabilen sosyal medya, sahip olduğu özellikler sayesinde ebeveynlerin de günlük yaşantılarında etkin olmaktadır. Ebeveynler; ebeveynliklerini tartışmak, yaşadıkları ebeveynlik sorunlarına çözüm bulmak (Blum-Ross & Livingstone, 2017, s. 115), destek aramak (Steinberg, 2017, s. 841), bilgi edinmek (Chrostowska, 2018, s. 64) gibi birçok nedenden dolayı sosyal medyada paylaşım yapmayı tercih etmektedir. Bununla birlikte ebeveynler sosyal medyada ebeveyn kimlikleri ile paylaşım yaparken çocuklarına da yer vermektedir (Brosch, 2018, s. 75). Böylece çocuğun kontrolü dışında sosyal medyada dijital bir kimliği oluşmaktadır.

Sosyal medya, kişilere mevcut kimliklerinin yanında dijital bir kimliğe sahip olma imkânı tanır. Çevrim içi kimliklerin oluşturulması çocuğa ait bir hakır (Otero, 2017, s. 412). Ancak bu kimlik günümüzde genellikle çocuk tarafından değil ebeveyn tarafından oluşturulmaya başlanmaktadır. Polonya'da yapılan bir çalışmaya göre ebeveynler yaptıkları paylaşımlarda çocuğa zarar verebilecek herhangi bir durumun söz konusu olmadığını düşünmektedir (Wiśniewska-Nogaj, 2019, s. 75-76). Almanya ve Avusturya'da yaşayan annelerle yapılan bir diğer çalışmada da paylaşılan çocuk fotoğraflarının çocuğa zararının olmadığı belirtilmiştir (Wagner & Gasche, 2018, s. 983). Önemli çalışmalar yapılmış olmasına rağmen aileler olası sonuçlardan habersizdir (Brosch, 2018, 82). Oysaki sosyal medyada çocuğa dair yapılan her paylaşım çocuğu birtakım dijital risklere açık hâle getirmektedir. Ebeveyn kimliğinin çocuk üzerinden ifşası bile etik boyutta yaşanılabilecek sorunları tetikleyebilmektedir (Blum-Ross & Livingstone, 2017, s. 111). Bu bağlamda ebeveynlerin sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar sanıldığı kadar masum olmayabilir. Nitekim alanyazında ebeveynlerin sosyal medyadaki bu paylaşımları sharenting olarak adlandırılmakta ve bunun üzerine son yıllarda giderek artan şekilde araştırmalar yapılmaktadır.

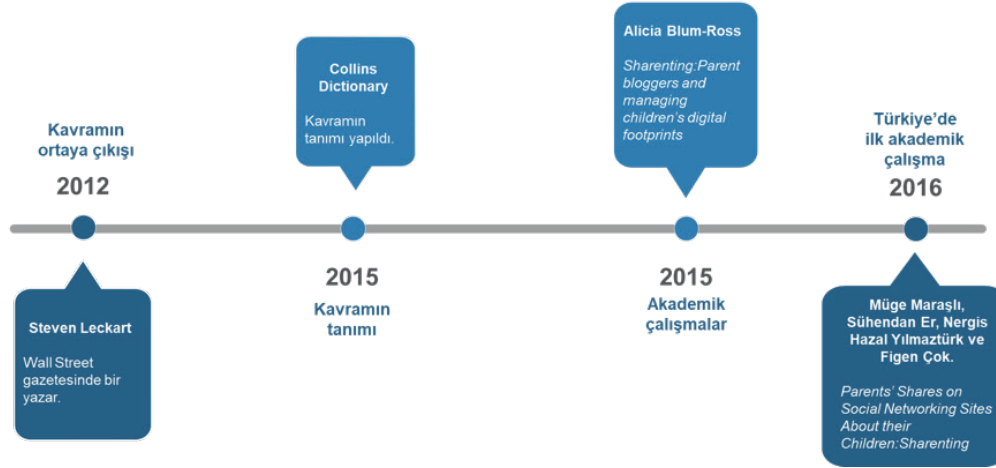
Bu çalışmanın amacı ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarına yönelik paylaşımları olarak ifade edilen sharenting kavramını açıklamak, sharenting davranışının sebeplerini ortaya koymak, sharenting davranışından doğabilecek sorunları ifade etmek ve sharenting davranışına ilişkin yasal düzenlemeler ve yaptırımlar hakkında bilgi sunmaktır. Çalışmanın başrollerinde ebeveynlerin yer aldığı sharenting davranışını mercek altına alarak konuya ilişkin farkındalık oluşturabileceği öngörülmektedir. Hem ulusal hem de uluslararası alanyazında sharenting yeni bir kavramdır. Bu çalışmada sharenting davranışına ilişkin yapılmış araştırmalar farklı boyutlarıyla ele alınarak kavrama dair bütüncül bir bakış açısı sunmak hedeflenmiştir. Bu bağlamda yapılan çözümlemenin; kavrama dair bilgi edinmek isteyen araştırmacılar, ebeveynler, politika yapıcılar vb. birçok paydaş için referans noktası olarak alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

1. Sharenting nedir?
2. Sharenting davranışının sebepleri nelerdir?
3. Sharenting davranışının oluşturduğu sorunlar nelerdir?
4. Sharenting bağlamında mevcut yasal düzenlemeler ve yaptırımlar nelerdir?

1. Sharenting Nedir?

Günlük paylaşımlar ile ebeveynlik kimliğinin birleşerek günümüz kültüründe yer bulması "Sharenting" kavramını alanyazına kazandırmıştır (Lazard, Capdevila, Dann, Locke & Roper, 2019, s. 1). Türkçe karşılığı paylaşma olan "sharenting" ve ebeveynlik olan "parenting" sözcüklerinin birleşmesiyle "sharenting" kavramı ortaya çıkmıştır. Kavrama dair ilk tanımlamalar Collins Dictionary ve Urban Dictionary'de yapılmıştır. Tanım olarak sharenting ebeveynlerin çocuğuna dair içerikleri sosyal medyada paylaşmasıdır (Brosch, 2017, s. 380). Kavramın tanımında gizlilik, haklar ve etik olgusuna değinilmeden ebeveynin sosyal medyada çocuk odaklı içerikleri paylaşması vurgulanmaktadır (Lazard vd., 2019, s. 2).

Görsel 1: Sharenting kavramının gelişimi



“Sharenting” kavramına ilişkin çalışmalar 2012 yılında başlamakla birlikte ilk akademik çalışma 2015 yılında yapılmıştır. Türkiye’de ise kavrama ilişkin ilk çalışma 2016 yılında gerçekleştirilmiştir (Maraşlı, Sühendan, Yılmaztürk & Çok, 2016). Kavram olarak “Sharenting” hem uluslararası hem de ulusal alanyazında yeni bir kavramdır. Kavram “paylaşan ebeveynlik” olarak Türkçeye çevrilebilir olsa da kabul gören, genelgeçer Türkçe bir kelime karşılığı bulunmamaktadır.

2. Sharenting Davranışının Sebepleri Nelerdir?

Dijital kültürle çocuk büyüten bugünün ebeveynleri için sosyal medya kolaylıklar, fırsatlar ve riskler barındıran bir platformdur. Sosyal medyanın tarihsel süreci göz önüne alındığında kişilerin bu platformların getirdiği kültürle tanışması çok eskiye dayanmamaktadır. Buna rağmen günümüz ebeveynlerinin çoğu yaşadıkları mutlulukları ve zorlukları sosyal medyada paylaşmayı tercih etmektedir (Moser, Chen & Schoenebeck, 2017, s. 5223). Sosyal medya kullanmayı benimsemiş günümüz ebeveynleri; ebeveynliklerini tartışmak, ebeveynlik sorunlarına yönelik çözüm bulmak ve diğer ebeveynlere tavsiyelerde bulunmak gibi farklı amaçlarla sosyal medyayı kullanmaktadır (Blum-Ross ve Livingstone, 2017, s. 117). Nitekim sosyal medya, ebeveynlerin bağlantı kurma ve destek arama ihtiyaçlarını gidermenin bir yoludur (Steinberg, 2017). Çevrim içi ortamlar ebeveynlere tecrübelerini aktarma (Çelik, 2019, s. 77; Kopecky, Sztokowski, Aznar-Díaz & Romero-Rodríguez, 2020, s. 1) yoluyla diğer ebeveynlerin ebeveyn olma belirsizliğini gidermelerine yardımcı olmaktadır (Fox & Hoy, 2019, s. 416). Çünkü dijital dünyada çocuk yetiştiren ebeveynler, çocuk yetiştirme sürecini zor bulmakta ve bir yol haritası arayışına girmektedir (Levy, 2017). Ebeveynler, ebeveynlikte yaşadıkları sorunlara çözüm bulamadıklarında sosyal medyada çözüm arayışı içerisine girmeyi tercih etmekteledir (Hachisuka, 2018, s. 135).

Sharenting, bilgi alışverişi sağlamaya yönelik bir yöntem (Chrostowska, 2018, s. 64; Damkjaer, 2018, s. 213) olmakla birlikte ebeveynlikte bilgi ve beceri geliştirmenin de bir yoludur (Latipah, Kistoro, Hasanah & Putranta, 2020, s. 4815). Sharenting sosyal bağların oluşturulmasında ve sürdürülmesinde de önemlidir (Chrostowska, 2018, s. 64; Damkjaer, 2018, s. 213). Özellikle yeni annelik döneminde annelerin yakın çevresi ile iletişimde kalmasına fırsat tanıyarak sosyal izolasyondan kurtulmalarını sağlamaktadır (McDaniel, Coyne & Holmes, 2012, s. 1510; Brosch, 2016, s. 233; Fox & Hoy, 2019, s. 422). Ayrıca ebeveynler ebeveynlik stresiyle baş edebilmek için de sosyal medyada çocuğuna ilişkin paylaşım yapmaktadır (Blum-Ross & Livingstone, 2017, s. 121; Archer & Kao, 2018, s. 125). Bunun yanında sharenting, çocuk üzerinden ebeveynin dolaylı olarak kendini sunma biçimi olmakla birlikte ebeveynlik görevlerinin tamamlandığının da bir göstergesidir (Ouvrein & Verswijvel, 2019, s. 320; Brosch, 2016, s. 233). Çünkü sosyal medya ebeveyn kimliğini sergilemenin bir yoludur (Blum-Ross & Livingstone, 2017, s. 112). Bununla birlikte ebeveynin çocuğuna yaptığı yatırımın da kanıtını oluşturmaktadır (Lazard vd., 2019, s. 4).

3. Sharenting Davranışının Oluşturduğu Sorunlar Nelerdir?

Günümüz ebeveynleri sosyal medyada çocuklarına ilişkin paylaşım yapmayı tercih etmektedir (Erişir & Erişir, 2018, s. 59; Turgut, Kopuz, Aslan & Eryılmaz Toksoy, 2021, s. 282). Çocuğa dair dijital ortamda yapılan her paylaşım; ço-

cuğu istismar (Brosch, 2018, s. 79), siber zorbalık, kişisel bilgilerin kötüye kullanımı (Ouvrein & Verswijvel, 2019, s. 323), sahte hesaplar oluşturularak bu hesapların cinsel içerikli ağlara servis edilmesi ve pedofili (Chrostowska, 2018, s. 63) gibi birtakım potansiyel risklere sebep olmaktadır. Bunun yanında "Internet child shaming" olarak tanımlanan ve "İnternette çocuk utandırma" olarak ifade edilen uygulamada ebeveynler genellikle çocuklarını cezalandırmak için çocuğun utanacağı görüntüleri sosyal medyada yayımlamaktadır (Kingham, 2018). Neticede paylaşıma yapılan aşağılayıcı yorumlar çocuğa psikolojik açıdan zarar verebilmektedir (Serin, 2019, s. 1011). Ayrıca paylaşımlar çocuğun imajını zedeleyebileceği gibi gelecekteki iş hayatını ve kariyer gelişimini de etkileyebilmektedir (Ouvrein & Verswijvel, 2019, s. 323). Sharenting kavram olarak her ne kadar çocuğa ilişkin çok sayıda fotoğrafın ebeveyn tarafından sosyal medya ortamlarında paylaşılmasını vurgulasa da bir tek fotoğraf bile bir çocuğu utandırmak için yeterli olabilmektedir (Brosch, 2018, s. 78).

Birçok ebeveyn sharenting ile çocuğunu gündem hâline getirmekten çekinmemektedir (Çimke, Gürkan & Polat, 2018, s. 264). Hatta bazı ebeveynler çocuklarını ticari bir ürün olarak kullanmaktadır (Erişir & Erişir, 2018, s. 55). Çocuk, ebeveyni tarafından sosyal medya platformları üzerinden ekonomik bir sermayeye dönüşebilmektedir (Parsa & Akmeşe, 2019, s. 168). Microcelebrity olarak ifade edilen ve İnternet aracılığıyla bilinirlik kazanmayı sağlayan bu durumda ebeveynler ürettikleri içeriklere firma, marka, ürün etiketlemesi yaparak devlet kontrolü dışında usulsüz bir şekilde maddi kazanç elde edebilmektedir.

Sosyal medya ebeveyn kimliğini göstermenin bir yolu olabilmektedir (Blum-Ross & Livingstone, 2017, s. 112). Çocuk, ebeveyni tarafından yapılan paylaşımlarla ideolojik (Kopecky, 2019) ya da duygusal açıdan tatmin aracı (Cino, Demozzi & Subrahmanyam, 2020, s. 13) olarak kullanılabilir. Böylesi bir durumda çocuk, ebeveyninin hırslarını yerine getiren bir proje hâline gelmektedir (WiśniewskaNogaj, 2019, s. 69). Ebeveynler kişisel, maddi ve manevi çıkarları adına çocuklarının mahremiyetini göz ardı edebilmektedir (Wagner & Gasche, 2018, s. 978; Oswald, James & Nottingham, 2016, s. 220).

Sharenting davranışının çocuklar üzerindeki muhtemel sonuçlarının bilinmemesi, ebeveynler tarafından çocuklarının mahremiyetinin bilinçsizce ihlal edilmesinin sebebi olmaktadır (Brosch, 2018, s. 78). Bu açıdan düşünüldüğünde sharenting davranışı, çocuğun mahremiyetine yapılan istismar amaçlı bir ihmal olarak ifade edilebilir (Holiday, Norman, & Densley, 2020, s. 3). Hâlbuki ebeveyn çocuğun mahremiyetini ve dijital kimliğini korumakla yükümlüdür (Blum-Ross & Livingstone, 2017, s. 112; Steinberg, 2017, s. 843).

Sharenting ile ortaya çıkan sorun, ebeveynlerin çocuklarının dijital kimliklerini çocuklarının rızasını almadan yapılandırıyor olmasıdır (Kopecky vd., 2020, s. 1). Ebeveynlerin salt iyi niyetle yapmış oldukları düşünülse bile genel olarak değerlendirildiğinde çocuk hakkında yapılan bir paylaşımında çocuğun rızasının alınmaması hak ihlaline sebep olmaktadır (Dursun, 2019, s. 207). Rızası ve onayı dışında oluşturulan bir dijital kimlikten ilerleyen süreçte çocuğun memnun olup olmayacağı bilinmemektedir. Kendi tercihi dışında sosyal medyada var olan çocuk hak ehliyetini kullanmaya başladığında yasal yollara başvurarak hukuki süreçleri işleteceği veya tazminat talebinde bulunabileceği öngörülmektedir (Atalay, 2019, s. 199; Serin, 2019, s. 15).

4. Sharenting Bağlamında Mevcut Yasal Düzenlemeler ve Yaptırımlar Nelerdir?

Ebeveynlerin eğitim, bakım, ilgi, koruma gibi çocuğa karşı yükümlü olduğu sorumlulukları bulunmaktadır. Dijital dünyadaki paylaşımların artması, var olan bu sorumluluklarının yanında ebeveynlere çocuğunu dijital olanaklardan yararlandırma ve dijital risklerden koruma gibi yeni sorumluluklar yüklemiştir. Bu bağlamda çocuğun sosyal medya platformlarında gelişimine zarar verebilecek içeriklere konu olmaması önemli hâle gelmiştir (Dursun, 2019, s. 201). Türk Medeni Kanunu'na göre çocuğun haklarını korumakla yükümlü olan kişiler ebeveynlerdir. Medeni Kanunu'nun 28. maddesinde bir çocuğun sağ doğmak şartıyla ana rahmine düştüğü anda hak ehliyetini elde ettiği ve çocuğun tam ve sağ doğumuyla kişiliğinin başladığı belirtilmiştir (Türk Medeni Kanunu, 2001). Ancak ebeveynler sosyal medyada kendi çocuklarına ilişkin yaptıkları paylaşımlarla çocuklarının kişilik haklarını ihlal etmektedir (Özaslan, Gültekin Akduman, & Aydoğan, 2018, s. 204).

Çevrimiçi Gizliliğini Koruma Yasası'na (COPPA) göre 13 yaşın altındaki çocukların çevrim içi içeriklerinden bilgilerinin toplanması ve paylaşılması sınırlandırılmıştır (COPPA, 1998). Yasanın amacı çocuğun gizliliğini korumak için çocuk hakkında çevrim içi toplanan bilgilerin denetimini sağlamaktır. YouTube tarafından ilgili yasa kapsamın-

da çocukların mahremiyetini korumak için çocuk içeriklerinde veri işleme şeklinde düzenleme yapılmıştır (Wojcicki, 2019). 1982 Anayasası'nın 41. maddesine göre devlet, her türlü istismara ve şiddete karşı çocukları koruyucu tedbirler almak zorundadır (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982). Ayrıca Çocuk Hakları Sözleşmesi (1989)'nin 16, 18 ve 19. maddelerinde çocuğun yararını gözetmede ebeveyn sorumluluğu vurgulanmakta ve ebeveyn tarafından sosyal medyada yapılan paylaşımlardan dolayı yaşanabilecek olumsuzluklarda ebeveynin ve devletin sorumlulukları belirtilmektedir. Nitekim Türkiye'de 2017 yılında çocuklarına dair sosyal medyada paylaşım yapan bir anneye boşanma sürecinde olan eşi tarafından dava açılmış ve annenin süreçte sosyal medyada çocuklarına ilişkin paylaştığı fotoğrafların anne tarafından kaldırılması yönünde emsal teşkil eden bir karar alınmıştır (Ulus, 2017). Türk Ceza Kanunu'nun 134, 135 ve 136. maddelerine göre kişinin özel hayatına ilişkin görüntü ya da seslerin yasal olmayan şekilde ifşa edilmesi ve kişinin özel hayatının gizliliğinin ihlali, eylemi gerçekleştireni bağlayan hukuki yaptırımlarla sonuçlanır (Türk Ceza Kanunu, 2004). Ayrıca Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun 5 ve 8. maddelerinde kişiye ait şahsi verilerin kişinin açık rızası olmadan işlenemeyeceği ve aktarılamayacağı belirtilmiştir (Kişisel Verilerin Korunması Kanunu, 2016). Nitekim 2018 yılında bir genç, kendi rızası dışında sosyal medyada paylaşım yapan annesine açtığı tazminat davasını kazanmıştır (Pınar, 2018). Benzer şekilde 2016 yılında bir annenin çocuğuna ait uygunsuz ortamlarda çekilmiş çok sayıda fotoğrafını sosyal medyada paylaşılması sebebiyle anneye çocuğu tarafından maddi ve manevi tazminat davası açılmıştır (May, 2016). Türk Borçlar Kanunu'nun 58. maddesine göre kişilik hakkının zedelenmesinden kaynaklı zarara uğrayan kişi, yaşadığı manevi zarara karşılık manevi tazminat adı altında bir miktar para ödenmesini isteyebilmektedir (Türk Borçlar Kanunu, 2011). Sonuç olarak gerekli yasal yaptırımların var olduğu görülmektedir.

Avrupa Birliği üye devletlerinin faydalanabildiği "Unutulma Hakkı" kişilerin dijital ayak izlerinin silinmesine yasal olanak sağlamaktadır (Steinberg, 2017, s. 864). Unutulma Hakkı, çocuk hakları çerçevesinde ele alındığında ise çocuğun sosyal medyada kendisine ait olan ancak başkasının görmesini istemediği içeriklerin kalıcı olarak silinmesini isteme hakkıdır (Serin, 2019, s. 18). Türkiye, Avrupa Birliği üye devletler arasında yer almamaktadır. Ancak "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi" nin Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kabul edilmesiyle Unutulma Hakkı Türkiye'de de kullanılabilir hâle gelmiştir (İnternet Ortamında Yapılan Yayınlar, 2020).

SONUÇ

Bu çalışmada ilgili alanyazın çerçevesinde sharenting kavramı; tanım ve gelişimsel süreç bakımından açıklanmış, ebeveynlerin sharenting davranışının sebeplerine değinilmiş, sharenting davranışının yarattığı sorunlar ele alınmış ve ulusal ve uluslararası yasal mevzuatlar çerçevesinde ilgili davranış irdelenmiştir.

Sharenting sözcüğüne ilk olarak basılı ve çevrim içi erişim sağlanabilen İngilizce bir sözlük yer vermiştir. Sözcük, dilsel açıdan incelendiğinde İngilizcede iki farklı davranış ifade eden kavramların birleşmesiyle oluştuğu görülmektedir. Ancak hâlihazırda sözcüğün kavram olarak Türkçe karşılığı bulunmamaktadır. Oysaki kavrama dair bir Türkçe karşılığın olması, kişilerde bu davranışa ilişkin farkındalık oluşturabilmek ve bilinç kazandırabilmek adına etkili olabilir. Dolayısıyla ebeveynler başta olmak üzere toplumun birçok kesiminin ilgili kavramı ifadesel olarak içselleştirebilmesinin yollarından biri de kavrama ilişkin bir Türkçe ifadenin oluşturulmasıdır. Bu doğrultuda dil uzmanlarına ve dil eğitimi-öğretimi alanında çalışan akademisyenlere kavrama ilişkin toplumun benimseyebileceği bir karşılık bulmaları ya da oluşturmaları önerilebilir. Ayrıca Türk Dil Kurumu (TDK) da bu konuda çalışmalar yürütebilir.

Türkçede henüz ifadesel bir karşılığı bulunmayan sharenting, ebeveynlerin bazı ihtiyaçlarını karşılamada etkili olmaktadır. Öyle ki ebeveynler sharenting ile birtakım "bilme/öğrenme" temelli ihtiyaçlarını giderebilmektedir. Ayrıca ebeveynlere diğer ebeveynlerle sosyal etkileşim ve iletişim imkânı sunmaktadır. Bunun yanında sharenting ebeveyn kimliğinin kabulü, yapılan ebeveynlik uygulamalarının takdiri gibi bazı duyuşsal ihtiyaçların karşılanmasında da etkili olmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde sharenting, ebeveynlere imkânlar sunan bir eylem olmaktadır. Nitekim faydalı amaçlar doğrultusunda kullanıldığında bilinçli bir ebeveyn faaliyeti olduğunu söylemek mümkündür. Bu sebeple potansiyel faydalarının ele alınması konusunda bilgilendirmeye ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla doğru kullanımı öğretmek ve teşvik etmek amacıyla TV programları, kamu spotları hazırlanabilir; hazırlanan içeriklerin medya kanalları üzerinden yayımlanmasıyla kitlesel hatta küresel bir bilgilendirme hareketi başlatılabilir.

Tanım olarak değerlendirildiğinde “sharenting” ebeveynin gerçekleştirdiği bir davranıştır. Çocuğun sorumluluğunun ebeveyne ait olduğu düşünülürken çocuğa dair yapılan paylaşımlar ebeveyn inisiyatifinde gerçekleştirilmektedir. Karar verici ve uygulayıcıların ebeveynler olduğu göz önüne alındığında paylaşımlar noktasında ebeveynlerin tercihleri ve yaklaşımları önemlidir. Ebeveynler çocuk odaklı paylaşımlar yaparken dijital ortamların taşıdığı risklerin farkında olmalı ve çocuğun mahremiyetine dikkat etmelidir. Nitekim çocuğun güvenliğini, kişiliğini ve bir birey olarak varlığını tehlikeye düşürmeyecek şekilde yapılan paylaşımların “makul” olduğunu söylemek mümkündür. Ancak “makul” düzeyi ifade eden, herkesçe kabul edilmiş bir ölçüt bulunmamaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde ebeveynlerin çocukları hakkında hangi bilgileri paylaşabileceğine dair bir düzenleme yapılabilir. Family Online Safety Institute gibi sivil toplum kuruluşları ilgili duruma değinerek ortak bir yaklaşımın oluşturulmasını ve makul sharenting düzeyinin belirlenmesini sağlayabilir. Oluşturulan yaklaşım, sharenting davranışına ilişkin devlet politikası olarak da kullanılabilir. Türkiye’nin de içinde yer aldığı ve 24 Avrupa ülkesini kapsayan Avrupa Çevrimiçi Çocuklar Projesi (EU Kids Online), UNICEF destekli Global Kids Online gibi kapsamlı araştırmalarla makul düzeyin belirlenmesine yönelik girişimler desteklenebilir.

Günümüz ebeveynleri birtakım şahsi beklentileri için hem kendi ebeveyn kimliklerini hem de çocuklarını farklı formlarda sunarak sosyal medyadan faydalanmaktadır. Aslında ebeveynler çocuklarına ilişkin yaptıkları paylaşımlarda karar mekanizmasını oluşturmaktadır. Oysaki çocuk, hak ehliyetine sahip bir bireydir. Dolayısıyla bu durum kişilik hakkı ihlaline sebep olmaktadır. Ayrıca ebeveynin yaptığı paylaşımdan çocuğun duyacağı memnuniyet de bilinmemektedir. Neticede ilerleyen süreçte ebeveynlerin birtakım yasal süreçlerle yüzleşmek zorunda kalacağı öngörülmektedir. Ancak her ne olursa olsun ulusal ve uluslararası ilgili mevzuatlar ve yasal düzenlemeler çocuğun menfaatinden yanadır. Sharenting davranışından kaynaklı yaşanması muhtemel ebeveyn-çocuk çatışmalarının önüne geçmek için sosyal medya platformları duyarlı olabilir, bu doğrultuda tedbir olarak paylaşımlar öncesinde uyarı niteliğinde bir tür bilgilendirme yapabilir. Paylaşılan içeriklerde yüz, sözcük tarama sistemleri kullanılarak paylaşım öncesinde kullanıcıya bildirim sağlanabilir. Dışarıdan bir uyarıcı sunulmasının nispeten etkili olacağını söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

- Archer, C., & Kao, K. T. (2018). Mother, baby and Facebook makes three: Does social media provide social support for new mothers? *Media International Australia*, 168(1), 122-139. doi: 10.1177/1329878X18783016
- Atalay, G. E. (2019). Sosyal medya ve çocuk: "Babishko Family Fun TV" isimli Youtube kanalının eleştirel bir analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1), 179-202. doi: 10.17680/erciyesiletisim.484856
- Barrot, J. S. (2021). Social media as a language learning environment: a systematic review of the literature (2008-2019). *Computer Assisted Language Learning*, 1-29. doi: 10.1080/09588221.2021.1883673
- Blum-Ross, A., & Livingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125. doi:10.1080/15405702.2016.1223300
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook. *The New Educational Review*, 43(1), 225-236. doi:10.15804/tner.2016.43.1.19
- Brosch, A. (2017). Sharenting – nowy wymiar rodzicielstwa? *Świat Małego Dziecka*, 17(42). 379-387.
- 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
- Chrostowska, B. (2018). Sharenting—skala i wielowymiarowość zjawiska (nierozważnego) ujawniania przez rodziców informacji o dzieciach w mediach społecznościowych. *Problemy Wczesnej Edukacji*, 4(43), 58-68. doi:10.26881/pwe.2018.43.05
- Cino, D., Demozzi, S., & Subrahmanyam, K. (2020). "Why post more pictures if no one is looking at them?" Parents’ perception of the Facebook like in sharenting. *The Communication Review*, 1-23. doi:10.1080/10714421.2020.1797434
- COPPA. (1998). <https://www.ftc.gov/enforcement/rules/rulemakingregulatory-reform-proceedings/childrens-online-privacyprotection-rule> adresinden 08.02.2021 tarihinde erişilmiştir.
- Çelik, M. (2019). Sosyal medyada anneliğin yeniden üretilmesi: Instagram örneği (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Çimke, S., Gürkan, D. Y., & Polat, S. (2018). Sosyal medyada çocuk hakkı ihlali: Sharenting. *Güncel Pediatri*, 16(2), 261-267.
- Çocuk Hakları Sözleşmesi (1989, Kasım 20). Çocuk Haklarına Dair Sözleşme. Erişim adresi: <https://www.unicef.org/turkiye/%C3%A7ocuk-haklar%C4%B1na-dair-s%C3%B6zle%C5%9Fme>
- Damkjaer, M. S. (2018). Sharenting = Good parenting? Four parental approaches to sharenting on Facebook. In G. Mascheroni, C. Ponte & A. Jorge (Eds.) *Digital Parenting. The Challenges for Families in the Digital Age*. 209- 218. Göteborg: Nordicom.
- Dursun, C. (2019). Ebeveynlerin çocuklarını sosyal medyada teşhiri: Çocuk hakları bağlamında bir değerlendirme. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, 4(8), 195-208.
- Erişir, R. M., & Erişir, D. (2018). Yeni medya ve çocuk Instagram özelinde sharenting (paylaşanabalık) örneği. *Yeni Medya*, (4-5), 50-64.

Fox, A. K., & Hoy, M. G. (2019). Smart devices, smart decisions? Implications of parents' sharenting for children's online privacy: An investigation of mothers. *Journal of Public Policy & Marketing*, 38(4), 414-432. doi:10.1177/0743915619858290

Hachisuka, R. (2018). Sosyal medyada anneliğin yansıyan hâlleri (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden erişilmiştir.

Holiday, S., Norman, M. S., & Densley, R. L. (2020). Sharenting and the extended self: Self-representation in parents' Instagram presentations of their children. *Popular Communication*, 18(2), 1-15. doi: 10.1080/15405702.2020.1744610

İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. (2020, 31 Temmuz). Resmi Gazete (Sayı: 31202). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/07/20200731-1.htm>

Jacobson, J., Gruz, A., & Hernández-García, Á. (2020). Social media marketing: Who is watching the watchers?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101774. doi: 10.1016/j.jretconser.2019.03.001

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

Kinghorn, B.E. (2018, 13 Aralık). Why Shaming Your Children on Social Media May Make Things Worse. *The Conversation*. Erişim adresi: <https://theconversation.com/why-shamingyour-children-on-social-media-may-maket-hings-worse-108471>

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu. (2016, Nisan 7). *Resmi Gazete* (Sayı: 29677). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=6698&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>

Kopecky, K. (2019). Jste rodiče? A jste aktivní v prostředí internetu? EBezpečí: Možná i vy provozujete sharenting. <https://www.ebezpeci.cz/index.php/rodicum-ucitelum-zakum/1405-jsterodice-a-jste-aktivni-v-prostredni-internetu-moznai-vyprovouzujete-sharenting> adresinden 19.08.2020 tarihinde erişilmiştir.

Kopecky, K., Szotkowski, R., Aznar-Díaz, I., & Romero-Rodríguez, J. M. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, 110, 104812. doi:10.1016/j.chilyouth.2020.104812

Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F., & Putranta, H. (2020). Elaborating motive and psychological impact of sharenting in millennial parents. *Universal Journal of Educational Research*, 8(10), 4807-4817. doi:10.13189/ujer.2020.081052

Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A., & Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, affect and the day-to-day politics of digital mothering. *Social and Personality Psychology Compass*, 13(4), 1-10. doi:10.1111/spc3.12443

Levy, E. (2017). Parenting in the Digital Age: How are We Doing. Report, London: Parent Zone: Making the Internet work for Families.

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

May, Ashley. (2016, 16 Eylül). 18-year-old sues parents for posting baby pictures on Facebook. USA Today. Erişim adresi: <https://www.usatoday.com/story/news/nationnow/2016/09/16/18-year-old-sues-parents-posting-baby-picturesfacebook/90479402/>

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

Moser, C., Chen, T., & Schoenebeck, S. Y. (2017, May). Parents' and children's preferences about parents sharing about children on social media. Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Denver, USA. 5221-5225.

Oswald, M., James, H., & Nottingham, E. (2016). The not-so-secret life of five-year-olds: Legal and ethical issues relating to disclosure of information and the depiction of children on broadcast and social media. *Journal Of Media Law*, 8(2), 198-228. doi: 10.1080/17577632.2016.1239942

Otero, P. (2017). Sharenting... should children's lives be disclosed on social media. *Arch Argent Pediatr*, 115(5), 412-413.

Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319-327. doi:10.1016/j.chilyouth.2019.02.011

Özaslan, H., Gültekin Akduman, G., & Aydoğan, Y. (2018, Ekim). Ailelerin, sosyal medyada çocuğun haklarına ve mahremiyetine ilişkin görüşleri. Uluslararası IV. Çocuk Gelişimi Kongresi, Ankara/Türkiye.

Parsa, A. F., & Akmeşe, Z. (2019). Sosyal medya ve çocuk istismarı: Instagram anneleri örneği. *Kadem Kadın Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 163-191.

Pınar, Ö. (2018, 8 Ocak). Oğlunun fotoğraflarını izinsiz sosyal medyada paylaşan anne suçlu bulundu. BBC. Erişim adresi: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-42604622>

Serin, H. (2019). Sosyal medyada çocuk hakları ihlalleri: Ebeveynler ve öğretmenler farkında mı? *Eskişehir Osman-gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, 1005-1031. doi:10.17494/ogusbd.555107

Steinberg, S. B. (2017). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory Law Journal* 66(4), 839-884.

Turgut, Y. E., Kopuz, T., Aslan, A., & Eryılmaz Toksoy, S. (2021). Factors affecting parents' share on social media about their children. *Cukurova University Faculty of Education Journal*, 50(1), 276-292. doi: 10.14812/cu-fej.809663

Türk Borçlar Kanunu. (2011, Ocak 11). *Resmi Gazete* (Sayı: 27836). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6098.pdf>

Türk Ceza Kanunu. (2004, Eylül 26). *Resmi Gazete* (Sayı: 25611). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf>

Türk Medeni Kanunu. (2001, Aralık 8). *Resmi Gazete* (Sayı: 24607). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=4721&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. (1982, Ekim 18). *Resmi Gazete* (Sayı: 17863). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2709.pdf>

Ulus, Ç. (2017, Haziran 30). Mahkeme çocuklarını reklam malzemesi yapan blogger annenin iki çocuğunu babaya verdi. NTV. Erişim adresi: <https://www.ntv.com.tr/turkiye/mahkemecocuklarini-reklam-malzemesi-yapan-blogger-annenin-ikicocugunubabaya-verdi,qS8Pj79Zc0SNNhjagnJu8A>

Wagner, A., & Gasche, L.A. (2018). *Sharenting: Making decisions about other's privacy on social networking sites*. http://mkwi2018.leuphana.de/wpcontent/uploads/MKWI_81.pdf adresinden 26.09.2020 tarihinde erişilmiştir.

WAS. (2021). *Digital in 2021*. <https://wearesocial.com/digital-2020> adresinden 09.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

WAS. (2022). *Digital 2022: Another year of bumper growth*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> adresinden 21.05.2022 tarihinde erişilmiştir.

Wiśniewska-Nogaj, L. (2019). Udostępnianie online zdjęć dzieci a problem pornografii dziecięcej w opinii matek. *Dziecko Krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, 18(4), 65-83.

Wojcicki, S. (2019). An update on kids and data protection on YouTube. https://blog.youtube/news-and-events/an-update-onkids?visit_id=637484157668249649-901574435&hl=tr&rd=1 adresinden 08.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

- **Etik kurul onayı:** Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
- **Yazar katkı oranları:** “Sharenting: Kavramsal Bir Çözümleme” başlıklı bu çalışmada birinci yazar (Tuba Kopuz) %40, ikinci yazar (Yiğit Emrah Turgut) %30, üçüncü yazar (Alper Aslan) %30 oranında katkı sağlamıştır.
- **Çıkar çatışması:** Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

-
- **Ethics committee approval:** There is no need for ethics committee approval.
 - **Author contribution rate:** In this study titled “Sharenting: A Conceptual Analysis” the first author (Tuba Kopuz) contributed 40%, the second author (Yiğit Emrah Turgut) contributed 30% and the third author (Alper Aslan) contributed 30%.
 - **Conflict of interest:** There is no conflict of interest.

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.
This study was carried out in accordance with research and publication ethics.