

Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafi Paylaşımlarının Mahremiyet İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Değerlendirilmesi

SERAP DUYGULU

Öz

Sosyal medya, çoğunlukla bireyler tarafından üretilen çeşitli bilgi, belge, fotoğraf ve görüntü paylaşımlarından oluşan yeni bir sosyal paylaşım ortamıdır. Bu sosyal paylaşım ağlarında, özellikle ebeveynlerin çocuklarına ait bilgi ve görüntüleri paylaşmaları çocuk mahremiyetinin ihlali ve benzer riskler açısından yeni bir tartışma boyutu oluşturmaktadır. Bu makalede konuyla ilgili farklı bakış açıları analiz edilmiş; uzmanların, ebeveynlerin ve toplumun tutum ve yaklaşımları ortaya konmuştur. Bu çalışmanın amacı, mahremiyet ve istismar kavramları çerçevesinde sosyal medya paylaşımlarını değerlendirerek, ebeveynlerin sosyal medyayı bilinçli kullanmaları konusunda öneriler sunmaktır. Buradan yola çıkarak, çalışmada üç farklı araştırma yöntemi uygulanmıştır. Araştırmaların ilkinde, sosyal medyada aktif paylaşımlar yapan 50 blogger ve 50 ünlü olmak üzere toplam 100 ebeveyn örneklem olarak seçilmiş ve paylaşımlarda çocuk fotoğraflarına hangi oranlarda yer verildiği belirlenmiştir. İkinci araştırmada, özellikle ülkemiz açısından olayın boyutlarını irdelemek amacıyla, mahkemeye ve basına intikal etmiş olan bir olay (Blogger anne Nihan Kayaloğlu'na eşinin istismar suçlaması) durum çalışması yöntemiyle ele alınmış, olaya yönelik basın ve toplumun bakış açıları değerlendirilmiştir. Üçüncü araştırmada ise, bireylerin sosyal medya paylaşımlarıyla ilgili tutumlarını belirlemek amacıyla Türkiye'nin çeşitli bölgelerinden katılım gösteren 850 kişi ile anket çalışması yapılmıştır. Elde edilen veriler, sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın riskleri doğrultusunda incelenmiştir. Yapılan araştırmaların sonucunda, sosyal medyada geniş kitlelere ulaşan ebeveynlerin, paylaşımlarında büyük oranda çocuklarının fotoğraflarına yer verdikleri ve çocuklarının fotoğraflarını aktif paylaşan ebeveynlerin reklam içeriklerini de kullandıkları tespit edilmiştir. Bu çalışma ile sosyal medyada çocuk fotoğraflarını ve çocuklara ait özel bilgileri paylaşmanın mahremiyet ihlali ve çocuk istismarı açısından oluşturabileceği riskler belirlenerek, dünyada ve Türkiye'de bu konuyla ilgili mevcut durum ile olası sonuçlar ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Çocuk Fotoğrafi Paylaşımı, Çocuk Mahremiyeti, Çocuk İstismarı, Blogger Anne

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi : 25.03.2019

Kabul Tarihi : 09.05.2019

ORCID ID: 0000-0002-4382-7476

E-mail: ozgurbilge.egt@gmail.com

Evaluation of Child Picture Sharing in Social Media by Parents with Respect to Privacy Violation and Child Abuse

SERAP DUYGULU

Abstract

Social media is a new social sharing environment that consists of a variety of information, documents, photos, and images that are mostly produced by individuals. In these social sharing networks, especially the sharing of information and images by parents of their children has created a new dimension of discussion in terms of violation of child privacy and similar risks. In this article, different perspectives have been analyzed; the attitudes and approaches of experts, parents, and society have been put forward. The aim of this study is to evaluate the social media sharing within the framework of the concepts of privacy and abuse and to present suggestions for parents to use social media consciously. Hereby, three different types of research have done in this study. In the first study, a total of 100 parents, 50 bloggers, and 50 celebrities, who actively share in social media, were selected as a sample and statistical data were obtained to determine the proportions of children's photographs and the content of childhood photographs. In the second study, in order to examine the dimensions of the incident, especially in the context of our country, a case which has reflected to media and the court (the accusation of abuse by Nihan Kayaloglu's husband) has been studied according to case study method, and perspectives of media and the society has been evaluated. In the third study, in order to determine their attitudes about social media sharing individuals that participated in the various regions of Turkey, 850 people survey was conducted. The results of data were analyzed according to the risks of sharing children's photos on social media. As a result of the researches, it has been determined that parents who reach audiences in social media share their children's photos in their sharing and parents who share their children's photographs actively use advertising content. In this study, while the risks of child abuse and invasion of privacy, that may be caused by sharing child photos and special pieces of information about children on social media have been determined, existing situation in the world and Turkey has been revealed.

Keywords: Social Media, Sharing Children's Pictures, Child Privacy, Child Abuse, Blogger Mom

Research Paper

Received: 25.03.2019

Accepted: 09.05.2019

ORCID ID: 0000-0002-4382-7476

E-mail: ozgurbilge.egt@gmail.com

1.Giriş

Sosyal medya, radyo, televizyon, gazete ve dergi gibi kurumlar aracılığı ile değil, bireyler tarafından yeni bilgisayar ve internet teknolojileri sayesinde kısmen veya tamamen halka açık bilgi, belge, fikir, düşünce ve yorumları içeren yayınlara (yaygın adıyla paylaşımlara) verilen isimdir (Rouse, 2016). Bireyler tarafından oluşturulan “forumlar”, “bloglar”, iletişim ağları, yer işaretlemeleri ve “wikiler” sosyal medya çeşitlerine örnek olarak verilebilir (O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011). En yaygın sosyal medya örnekleri, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Wikipedia, LinkedIn, Google+ ve Pinterest olarak gösterilebilir. Günümüzde sosyal medya kullanımı günden güne artmakta ve her gün milyonlarca insan sosyal ağlar üzerinden iletişime geçmektedir.

Sosyal medyada bireyler “sosyal” (toplumsal) kelimesinin de vurguladığı gibi kendileriyle/buldukları toplumla ilgili ya da kendi çevrelerini ilgilendireceğine inandıkları bilgi, belge, resim, görüntü, yorum ve düşüncelerini paylaşmaktadırlar. Bu paylaşımların içerikleri bireylere ve bireylerin buldukları topluma ve kültüre göre değişim göstermektedir. Son yıllarda sosyal medyada yapılan paylaşımların içeriklerinde çocukların yoğun olarak yer aldığı dikkat çekmektedir. Çocuklar adına, çocukların yönetemeyeceği sosyal medya hesapları açılmakta ya da ailelerin sosyal medya hesaplarındaki paylaşımlarının büyük bir kısmında çocuk fotoğrafları bulunmaktadır. Bu durumu detaylarıyla analiz etmek üzere yapılan bu çalışmanın amacı, sosyal medyada çocuk fotoğraflarının ve özel bilgilerin paylaşılmasının çocuklar ve aileler açısından oluşturabileceği riskleri ortaya koymak ve bu riskleri mahremiyet ve çocuk istismarı çerçevesinde değerlendirmektir. Aynı zamanda elde edilen bulgular ışığında sosyal medyanın bilinçli kullanımına yönelik sunulan öneriler de çalışmanın amacına ışık tutmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın varsayımları şöyledir:

Sosyal medyada fenomen anneler tarafından paylaşılan çocuk fotoğrafları, farklı içerikteki diğer paylaşımlara göre daha yüksek bir oranda yer almaktadır.

Fenomen anneler tarafından paylaşılan çocuk fotoğraflarında zaman zaman reklamlara yer verilmektedir.

Sosyal medyadaki çocuk hesapları, zaman zaman çocuk istismarcıları tarafından çocuklara ulaşabilmek amacıyla bir araç olarak kullanılabilir.

Blogger annelerin sosyal medya hesaplarında ikiz annesi, stresli anne, uykusuz anne, koşturan anne vb. gibi bazı kavramları kullanarak anneliklerini ve kendilerini tanımladıkları görülmektedir.

Sosyal medyada paylaşılan çocuk fotoğraflarının, çocukların özel anlarına ait görüntüleri içermesi çocukların mahremiyetini ihlal etmektedir.

Sosyal medyada yapılan paylaşımların bazıları, bireyler üzerinde olumsuz duygu ve düşüncelere yol açmaktadır.

Ebeveynler genel olarak sosyal medyada paylaşılan çocuk fotoğraflarının oluşturabileceği risklere karşı önlem almayı ya da tepki göstermeyi tercih etmemektedirler.

Çalışmanın problematiğini irdelemek amacıyla oluşturulan araştırma soruları ise: “Sosyal medyada paylaşılan çocuk fotoğraflarının, çocukların psikolojik gelişimlerine ve ebeveynleriyle olan iletişimlerine etkileri nelerdir?”, “Çocuk istismarı olaylarında sosyal medya bir araç olarak kullanılmakta mıdır?” “Sosyal medya fenomenlerinin paylaştıkları fotoğrafların içeriğinde çocuklar hangi oranda yer almaktadır?”, “Sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşan blogger/fenomen hesaplar çocuk fotoğrafları aracılığıyla maddi kazanç elde etmekte midir?”, “Sosyal medyayı doğru kullanım için bireylere ve ailelere düşen görevler nelerdir?”, “Sosyal medya üzerinden yapılan çocuk istismarını önlemek için neler yapılmalıdır?” olarak belirlenmiştir.

Araştırma sorularından yola çıkarak, çalışmada ilk olarak neden-sonuç ilişkisine dayalı, tanıtıcı araştırma türü uygulanmıştır. Bu araştırma türünde belirli bir kitlenin niteliklerini ortaya koymak temel amaçtır ve genellikle toplumsal olayların incelenmesinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşan kitlenin (fenomen anneler) sahip oldukları nitelikleri ve tutumları belirlemek açısından bu araştırma türünün çalışmaya uygun olduğu düşünülmüştür. Buradan yola çıkarak Instagram’da aktif paylaşımlar yapan ve çocuk sahibi olan 50 blogger ve 50 ünlü anne olmak üzere iki örneklem grubu seçilmiştir. Örneklem grubunun kişisel bilgileri gizli tutularak, 1 Nisan 2018 - 1 Temmuz 2018 tarihleri arasında yaptıkları paylaşımların sayısal değerleri saptanmıştır. Bu tarihler arasında örneklem grubu tarafından paylaşılan toplam fotoğrafların çocuklu ve çocuksuz yüzdeler dilimleri belirlenmiştir. Bu yüzdeler dilimlerin içinde yer alan çocuklu ve reklamlı, çocuklu ve reklamsız; çocuksuz ve reklamlı, çocuksuz ve reklamsız fotoğrafların oranları hesaplanmıştır. Elde edilen verilerle örneklem grupları arasında karşılaştırma yapılmıştır. Bununla birlikte, takipçi sayısı ile çocuk fotoğraflarının sayısı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir.

İkinci araştırmada ise nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay/durum çalışması kullanılmıştır. Bu çalışmada, sosyal medyada çocuklarının fotoğraflarını paylaşması sebebiyle eşi tarafından açılan dava ile gündeme gelen blogger anne Nihan Kayalıoğlu olayı, örnek olay çalışması olarak ele alınmıştır. 2017 yılında mahkeme-

ye taşınan ve bu nedenle haberlere konu olan olayda, Nihan Kayalıoğlu'nun eşi tarafından açılan dava sonucunda çocuklarının velayetini kaybetmesi, mahkemenin fotoğrafların silinmesi yönünde karar alması sonucunda basın ve toplumun olaya verdiği tepkiler irdelenmiştir. Blogger Nihan Kayalıoğlu hakkında 30 Haziran 2017 ile 24 Temmuz 2017 tarihleri arasında yapılan haberlerin başlıkları ve içerikleri ele alınmıştır. Medyada yer alan konuyla ilgili sekiz ayrı basın organında verilen başlıklar ve haberlerin içeriğini oluşturan bilgi, görüş ve yorumlar incelenmiştir. Örnek olay/durum çalışmasında elde edilen bulgular içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme biçimi, araştırma soruları ışığında hem nesnel hem de öznel yorumlama ve anlamlandırma eğilimine sahiptir.

Son çalışmada, bireylerin sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşımıyla ilgili tutumlarını belirlemek amacıyla anket çalışması yapılmıştır. Anket, araştırmalarda sıklıkla kullanılan ve duygu, düşünce, davranışları nicel sonuçlarla açıklamaya yarayan bir veri toplama yöntemidir. Dolayısıyla toplumun sosyal medya kullanımını konusunda hangi fikirlere sahip olduğu ve nasıl bir tutum sergilediği yapılan anket çalışması sonucunda ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu amaçla bir sosyal medya platformu üzerinden anket linki gönderilerek, Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşayan 850 katılımcıya ulaşılmıştır. Hedef kitlenin geniş olması, araştırma sonuçlarının objektiflik özelliğini artırmayı sağlamıştır.

Anket çalışmasında likert tipi ölçekle beraber, çoktan seçmeli sorular kullanılmıştır. Veri analizinde elde edilen bulgular, istatistiksel yöntemlerle direkt ve çapraz ilişkilendirme metotlarıyla değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada, sosyal medyada çocukların bulunduğu içeriklerden özellikle çocuklara yönelik risk oluşturabilecek paylaşımlar ele alınmıştır. Sosyal medyada paylaşılan fotoğraf ve diğer içeriklerin çocukları hangi düzeyde etkilediğine dair gerçek olaylardan edinilen bulgular değerlendirilerek çözüm önerileri sunulmuştur. Bu bağlamda yapılan çalışma, çocuklarda psiko-sosyal gelişim, ebeveyn-çocuk ilişkisinin gelişimi ve iletişim süreçleri açısından önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın sınırlılıkları söz konusudur. Bunlardan ilki, çocuk fotoğraflarının ve/veya özel yaşamın sosyal medyada kontrolsüz paylaşımının somut sonuçlarına (söz konusu çocukların çağımızda ilk olmaları ve büyük ölçüde hala çocukluk dönemlerini yaşıyor olmaları nedeniyle, bu sürecin somut sonuçlarının ancak gelecekte görülmesi ve dolayısıyla örnek vakaların çok sınırlı olması) henüz ulaşılmadığından, konuyla ilgili yeterince güvenilir kaynak bulunmamakta, mevcut kaynaklar çoğunlukla (deney ve araştırmaya dayalı bilimsel makalelere kıyasla daha zayıf olan) medya yorumları, makale ve konferans bildirilerinden oluşmaktadır.

2. Mahremiyet ve Çocuk İstismarı Çerçevesinde Temel Kavramlar

Topluma/kamuya açık olarak paylaşılan çocuk fotoğrafları, mahremiyet ihlaline sebep olabilir ve çocukların istismar tehlikesiyle karşı karşıya kalmalarına yol açabilir. Dolayısıyla, internet ve sosyal medyadaki paylaşımların getirebileceği tehlikeleri öncelikle kavramsal olarak tanımlamak ve özümsemek gereklidir. Bu bölümde, mahremiyet ve çocuk istismarı çerçevesinde, hukukta ‘çocuk’ ve ‘çocuk hakları’ tanımına vurgu yapılmış; çocuk pornografisi ve pedofili kavramları açıklanmıştır. Sosyal medyada yer alan çocuk fotoğraflarının yaratabileceği tehlikeleri ortaya koymadan önce, bu kavramları değerlendirmenin önemli olduğu düşünülmektedir.

2.1. Çocuk ve Çocuk Hakları

Çocuk Hakları Evrensel Sözleşmesi uyarınca, “Çocuğa uygulanabilecek kanuna göre daha erken yaşta reşit olma durumu hariç, on sekiz yaşına kadar olan her insan çocuk sayılır.” (Çocuk haklarına dair sözleşme). Bazı istisnai ülkeler dışında, dünya üzerinde geçerli olan kanunlara göre 18 yaş altı her birey çocuk olarak kabul edilmektedir. Çocuk hakları; çocuğun bedensel, zihinsel, duygusal, sosyal ve ahlaki bakımlardan özgürlük ve saygınlık içinde, sağlıklı ve normal biçimde gelişebilmesi için hukuk kuralları ile korunan yararlardır (Akyüz, 2000; ss. 3-4). İnsanların sahip olduğu tüm haklar çocuklar için de geçerlidir ve bu amaçla çocukların ihtiyaçlarına göre şekillenen, çocukları koruma amacı güden çocuk hakları metinleri oluşturulmuştur.

2.2. Çocuk İstismarı

Çocuk istismarı, bir çocuğun, tam olarak anlamadığı, gelişimsel olarak hazır olmadığı ve rıza gösteremeyeceği cinsel eylemlere katılmasıdır. Çocuk cinsel istismarı; bir çocuk ile kendisinden yaşça büyük bir yetişkin, veya sorumluluk, güven ve güç ilişkisi farkı bulunan akranı başka bir çocuk arasında, diğer kişinin ihtiyaçlarını tatmin etmesi niyetiyle yapılmış eylemlerle tanımlanır. Bir çocuğu cinsel eylemlere teşvik etmek ya da zorlamak; fahişelik ya da diğer yasadışı cinsel eylemlerde sömürmek; pornografik performans ve materyallerde kullanmak da bu tanıma girmektedir (Çocuk cinsel istismarı ve zor açığa çıkması). Bununla birlikte Amerikan Psikoloji Derneği çocuk istismarını şu şekilde tanımlamaktadır: “Bir ebeveynin veya bakıcının ölümü, ciddi fiziksel veya duygusal zarar verme, cinsel taciz ve ya kötüye kullanım sonucu ciddi bir zarar riskine sebep olan bir eylem veya eylemsizlik durumudur.” (Understanding and preventing child abuse and neglect). Çocuk istismarının dört türü bulunmaktadır. Bunlar fiziksel istismar, cinsel istismar, duygusal istismar ve ihmaldir. Fiziksel istismar, çocuklarda fiziksel

hasara yol açan kaza dışı yaralanmaları ifade ederken, cinsel istismar çocukların cinsel doyum amacıyla kullanılması anlamına gelmektedir. Duygusal istismar ise çocuklarda olumsuz duygu ve düşüncelere, psikolojik hasarlara yol açan bir istismar türüdür. İhmal ise, çocukların temel gereksinimlerinden yoksun bırakıldığı bir istismar türüdür. (Çocuk istismarı nedir?, 2012). Çocuk istismarının gerçekleştiği veya gerçekleşme ihtimalinin bulunduğu bir durumda, çocukların hukuk tarafından korunması, desteklenmesi ve mevcut tehditlerin önlenmesi açısından ‘çocuk hakları’ büyük önem taşımaktadır.

Çocuk Hakları Evrensel Sözleşmesi’nde yer alan 19. Madde; “Taraf Devletler, çocuğun ana-babasının ya da onlardan yalnızca birinin, yasal vasi veya vasilerinin ya da bakımını üstlenen herhangi bir kişinin yanında iken bedensel veya zihinsel saldırı, şiddet veya suistimale, ihmal ya da ihmalkâr muameleye, ırza geçme dahil her türlü istismar ve kötü muameleye karşı korunması için; yasal, idari, toplumsal, eğitsel bütün önlemleri alırlar.” olarak belirlenmiştir (Çocuk haklarına dair sözleşme.). Dolayısıyla çocuk istismarı, doğrudan çocuk haklarının bir ihlali olarak görülmektedir.

2.3. Çocuk Pornografisi

Çocuk cinsel istismarıyla yakından ilişkili olan çocuk pornografisi kavramının da bu noktada incelenmesi gerekmektedir. Pornografi, kökeni Fransızca olan ‘Pornographie’ kelimesinden dilimize yerleşmiştir. Pornographie kelimesi açık seçik, edebe aykırı yayın ya da resim anlamına gelmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere cinsellikten daha çok eylemin yayınlanması ön plandadır (Polat, 2007; s.32). Çocuk pornografisi genel olarak, bir çocuğun cinsel aktivite içinde veya vücudundaki özel bölgelerin cinsel amaçla gösterilmesi olarak tanımlanır (Polat, 2007). 2000 yılında BM Çocuk Hakları Sözleşmesi’ne çocuk satışı, çocuk fahişeliği ve çocuk pornografisi ile ilgili ek olarak Seçmeli Protokol eklenmiş ve taraf devletlerce onaylanmıştır (Çocukların Cinsel İstismarına İlişkin Materyaller veya Çocuk Pornografisi). Protokolün 2. Maddesinde yer alan çocuk pornografisi: “çocuğun gerçekte veya taklit suretiyle bariz cinsel faaliyetlerde bulunur şekilde herhangi bir yolla teşhir edilmesi veya çocuğun cinsel uzuvlarının, ağırlıklı olarak cinsel amaç güden bir şekilde gösterilmesi” olarak tanımlanmaktadır. İnternetin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, bu mecralarda yer alan çocuk fotoğraflarının cinsellik içeren fotoğraflara dönüştürüldüğü ve bu ürünleri üreten, dağıtan, gelir sağlayan kişilerin sayısının da gün geçtikçe arttığı belirtilmektedir (Çağlar ve Savaşer, 2010; s.3). Bu alanda çok fazla araştırma bulunmamakla birlikte, internet ortamında pornografiye maruz kalan gençlerin daha erken yaşta cinsel ilişkiye

girme eğiliminde oldukları bilinmektedir. Bununla beraber psikoseksüel gelişimlerini tamamlamayan çocukların normal cinsel davranışların pornografik görüntülerdeki gibi olduklarını düşündükleri belirtilmektedir (Alikaşifoğlu, trs.).

İnternete hızlı erişim çocuk pornografisinin yaygınlaşmasını kolaylaştırmaktadır. İnternet kafelerdeki denetimlerin yetersiz olması, anne-babaların internet kullanımına yabancı olmaları ve çocuklarını denetleyememeleri; çocukların günün her saatinde çevrimiçi olmaları ve her türlü siteye erişebilmeleri çocuk pornografisinin yaygınlaşmasını kolaylaştıran nedenler arasında sayılabilir.

2.4. Pedofili

Çocuk cinsel istismarında dikkat çeken bir diğer kavram ise 'pedofili'dir. Pedofili, bir yetişkinin çocuklara karşı cinsel ilgi ve eğilime sahip olması anlamına gelmektedir. Amerikan Psikiyatri Birliği'nin yayınladığı DSM-V Tanı Ölçütleri Başvuru El Kitabına göre Pedofili Bozukluğu aşağıdaki tanı ölçütlerini içermektedir (APB, 2004; s.345).

En az 6 aylık bir süre boyunca, ergenlik öncesi çocuk ya da çocuklarla (genellikle 13 yaşında ve daha küçük olanlarla) cinsel etkinlikte bulunmakla ilgili, yineleyen, cinsel yönden uyarıcı yoğun düşümler, cinsel itkiler ya da davranışlar.

Kişi, bu cinsel itkilerine göre davranmıştır ya da cinsel itkileri ya da düşümleri klinik açıdan belirgin bir sıkıntıya ya da kişilerarası güçlükler neden olur.

Kişi, en azından 16 yaşındadır ve A tanı ölçütünde sözü edilen çocuk ya da çocuklardan en az beş yaş daha büyüktür.

Pedofil bireylerin genellikle cinsel eylemlerini gizli yapmaları ve tedaviye başvuramaları, pedofili olgularının yaygınlığını belirlemeyi zorlaştırmaktadır (Erdoğan, 2010; s. 5). Pedofil bireyler gerçekleştirmek istedikleri cinsel eylemler için fotoğraf veya video izletme, çocuğun özel bölgelerine cinsel amaçla dokunma, cinsel içerikli konuşmalar yapma gibi farklı biçimlerde istismar uygulayabilirler. Pedofililerin çocukların görüntü veya kişisel bilgilerine internet ve sosyal medya aracılığıyla erişebilmeleri, cinsel eylemlerini gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktadır. İnternet aracılığıyla çocuk pornografisi seyreden pedofillerin %30 ile %80'inin cinsel istismar eylemlerini gerçekleştirdikleri bilinmektedir (Erdoğan, 2010; s.17). İnternet araçlarını -günümüzde özellikle sosyal medya araçlarını- kullanan pedofillerin beş farklı grup özelliklerine sahip olduğu belirlenmiştir:

1) Takipçiler: Çocuklara ulaşmak için her türlü aracı kullananlar. 2) Geziciler: Fiziksel temas olmadan cinsel haz yaşamak amacıyla mevcut araçları kullananlar.

3) Mastürbatörler: İnternetteki çocuk görüntüleriyle cinsel haz sağlayanlar. 4) Pedofili bireylerle ilişki kuran, çocuk porno görüntüleri yayanlar. 5) Bu özelliklerden birden fazlasına sahip olanlar (Quayle ve Taylor, 2003; s.106). Bu bilgiler ışığında, çocukların kişisel veya ebeveynleri tarafından oluşturulan sosyal medya hesaplarında mahremiyet kavramına özen gösterilmeden paylaşılan fotoğrafların, pedofili tehlikesi içerdiği söylenebilir.

İstanbul Üniversitesi Psikoloji Bölümü öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Ayten Zara, İstanbul Bilgi Üniversitesi için verdiği bir röportajda şu noktalara değinmiştir: “Pedofil bireyler, kişilik olarak psikopatik, psikoseksüel ve sosyal açıdan gelişmemiş olduklarından yakın ilişki kuramazlar. Genelde çocukların bulunduğu okul, park ortamlarında zaman geçirir veya çocuklara kolay ulaşabilecekleri meslekleri seçerler.” (Her istismarcı pedofil değil.). Buradan anlaşılacağı üzere, pedofil bireyler çocuklara yakın olacakları, hatta doğrudan çocuklarla ilişki kurabilecekleri meslekleri tercih etmekte ve cinsel fantezilerini gerçekleştirebilecekleri ortamı sağlamaktadırlar. 2016 yılında Almanya’da yaşayan bir çocuk doktorunun erkek çocuklara cinsel istismarda bulunduğu iddiasıyla yargılanarak 13 yıl hapis ve meslekten men cezasına çarptırıldığı olay tüm dünyanın dikkatini çekmiştir. Pedofil doktor, çocukların hatırlamaması için onları narkozla uyuttuğunu, 17 yaşından beri pedofili eğilimleri olduğunu itiraf etmiş ve hem çocuk hem de ailelerden özür dilemiştir (Pedofil çocuk doktoruna 13 yıl hapis ve meslekten men cezası, 2016). Dolayısıyla çocuklara cinsel istismarda bulunma ihtimali olan pedofil bireylerin, her meslekte ya da her ortamda çocukların karşısına çıkabilecekleri bir gerçektir. Çocukların binlerce insan tarafından izlenen mahrem fotoğraflarının paylaşımı ise çocukları bu tehlikeye açık hale getirmektedir.

2.5. Mahremiyet

“Mahremiyet” dilimize Arapçadan geçmiş bir kelime olup “haram olma hali” anlamındadır. Dilimizde ise çoğunlukla bir özel veya tüzel kişiliğe ait yasak, gizli veya dokunulmaması gereken bilgi, belge ve varlıklara ilaveten fiziksel, duygusal ve sosyal değerlerin sakınılmasını ifade eder. Mahremiyet, kişiye başkalarının fiziksel olarak ne ölçüde yakın olduğu ve başkaları tarafından ne ölçüde bilindiğiyle yakından ilişkilidir. Aynı zamanda mahremiyet, erişilebilirlik ile doğru orantılı bir kavramdır. Mahremiyet hakkı ise özel yaşama olan dış müdahalelerden korunmayla birlikte, özel yaşamın sürdürülmesine yardım etme anlamını da taşımaktadır. Dolayısıyla mahremiyet hakkının birden fazla yükümlülüğü kapsadığı söylenebilir (Yüksel, 2003; s.3-11).

Kişinin sahip olduğu değerlerin, kitlelerin/bireylerin kullanmasına, yorumlamasına ve izlemesine imkan verecek bir şekilde dolaşımda olması veya başkalarına (bilinçli veya bilinçsiz) sunulması kabaca “mahremiyet ihlali” olarak değerlendirilmektedir. Yetişkinler kendi mahremiyetleri hakkında büyük ölçüde dikkatli olmaktadır. Ancak konu çocukların mahremiyetine geldiği zaman muhtemelen bilgi eksikliği ve bilgi karmaşası nedeniyle mahremiyete dikkat edilmediği görülmektedir.

Gavison’a göre (1980; ss.422-423) mahremiyetin kavramının üç farklı bağlamda ele alınması gerekmektedir. 1) Bireysel ya da toplumsal hayatta ortaya çıkabilecek mahremiyet kavramını tanımlayabilmek 2) Bir değer olarak mahremiyetin tutarlı olmasını sağlayabilmek 3) Hukuki bağlamda işlevsel bir niteliğe kavuşturabilmek, olarak belirtilmiştir. Dolayısıyla mahremiyete yönelik saldırı ya da mahremiyet ihlali durumunu tespit edebilmek açısından mahremiyet kavramının tanımlanması, tutarlı olması ve mahremiyet değerlerinin hukuken korunması gerekmektedir.

3. Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşmak

Teknoloji ve internetin hızlı gelişimiyle birlikte, bireylerin sosyal medya platformlarında aktif olarak yer aldıkları ve bu platformlarda farklı içeriklerdeki paylaşımlara yer verdikleri görülmektedir. Bu içeriklerin büyük bir kısmını fotoğraf, video ve yazılar oluşturmaktadır. Son yıllarda kullanıcı sayısı ve kullanım süresiyle diğer sosyal medya platformlarının önüne geçen Instagram ve Facebook’ta yer alan paylaşımlar, bireyler ve toplum açısından risk oluşturabilecek içeriklere sahiptir. Bu içerikler arasında son zamanlarda en çok dikkat çeken, sosyal medya ağlarında paylaşılan çocuk fotoğraflarıdır. Çocukların gündelik yaşamlarındaki aktivitelerinin ve kişisel bilgilerinin fotoğraf ve videolar aracılığıyla topluma/kamuya açık olarak paylaşıldığı görülmektedir. Bu paylaşımların, çocukların rızasının olmadığı ve henüz bilinçli yaşlara gelmedikleri döneme ait görüntüler olduğu göz önünde bulundurulduğunda, paylaşılan fotoğraflar herkese açık olması sebebiyle yakın gelecekte çocukları ve ailelerini zor duruma sokabilecek tehlikelere kapı açmaktadır.

Bu bölümün alt başlıklarında sosyal medyada çocuk fotoğraflarının hangi amaçlar doğrultusunda paylaşıldığı ve paylaşımların ne tür içeriklere sahip olduğu detaylı olarak incelenmiştir. Sosyal medyada çocuk fotoğraflarını paylaşmanın hem çocuklar hem de ebeveynler açısından doğurduğu sonuçlarla birlikte, bireysel ve toplumsal yansımaları da ortaya konmuştur. Elde edilen tüm bilgiler, çocuk istismarı ve mahremiyet ihlali çerçevesinde değerlendirilmiştir. Sonuç olarak sosyal medya paylaşımlarının bilinçli kullanımı konusunda atılması gereken adımlar belirlenmiştir.

3.1 Blogger Anneler/Fenomen Hesaplar ve Paylaşım Psikolojisi

Uluslararası literatürde kullanılan ‘mommy blogger’ , ‘mom blogs’ gibi kavramların içeriğinde annelik olgusuna vurgu yapılmaktadır (Öz & Turancı, 2016). ‘Anne blog’ ları, annelik deneyimlerini belgelemek amacıyla yazılmış çevrimiçi günlükler olarak tanımlanmaktadır. Annelerin blog tutma nedenlerine bakıldığında ise, bebeğin büyüme aşamalarını günlük olarak tutmak, bu süreçte yakın çevre ile iletişimde kalmak, annelik duygusunun sevincini paylaşmak, izolasyon duygusunun üstesinden gelmek gibi sebepler gösterilmektedir. (Yelsalı Parmaksız, 2012; 127). Dolayısıyla anne bloggerların çocuklarıyla olan ilişkilerine dair blog yazdıkları, fotoğraf ve video paylaştıkları, takipçileriyle bu konuyu baz alarak iletişim kurdukları görülmektedir.

Whitehead yaptığı araştırmada, blogların annelik deneyimine kamusal bir görünürlük kazandırdığını belirtmiş ve özel yaşamın ev ortamıyla doğrudan bağlantılı olduğunu belirterek, annelik rolünün sosyal medya paylaşımları ile kamuya açık hale geldiğini vurgulamıştır. (2015; s.129). Bu durumla birlikte, anne bloggerların çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada sıklıkla paylaştıkları, bu görüntülerin çoğunda çocukların reklam aracı olarak kullanıldığı dikkat çekmektedir. ‘Blogger Anneler’ ya da ‘Instagram Anneleri’ adıyla paylaşım yapan pek çok annenin çocuklarını birer moda ikonu veya model haline getirmeleri, bu konuyla ilgili bir tartışmanın başlamasına yol açmıştır. Çok hızlı bir şekilde hayatımıza giren sosyal medyada çocuk fotoğraflarının paylaşılması konusunda anne babaların net bir fikre sahip olmadıkları, hatta bu paylaşımların doğru olup olmadığı konusunda toplumun da ikiye bölündüğü görülmektedir (Ruddick, 2017). Sosyal medya hesaplarından çocuklarının doğumundan itibaren her anını internet ortamına aktaran, yüzlerce fotoğraf ve videoyu herkese açık olarak ve/veya binlerce takipçisiyle korkmadan paylaşan annelerin bu tür paylaşımları, konunun sosyolojik, psikolojik ve hukuki boyutlarını gündeme getirmektedir.

Anneliğin içgüdüsel bir duygu olduğu ve her kadının annelik duygusunu tatmak için çocuk doğurmayı arzuladığı düşünülmektedir. Dünya üzerinde var olan toplumlar, kadınların yeni bir canlı dünyaya getirmesini ve ‘annelik’ kimliğine sahip olmasını beklemektedir. Bundan dolayı kadınların toplumda kendilerine atfedilen bu kimliği benimzedikleri ve çocuk sahibi olmayı önemsedikleri görülmektedir. Son yıllarda bireylerin annelik kavramıyla ilgili algılarının değiştiği ve dışsal (sosyal) faktörlerin annelerin düşünce ve davranışlarını etkilediği açıktır. Buna en iyi örnek ise günümüzün “internet anneleri” dir (Internet Moms: Reaching moms in the digital age). İnternet annelerinin hamilelik, doğum, çocuk vb. konular hakkındaki kişisel tecrübelerini paylaşarak annelik kimliklerini dijital ortama taşıdıkları görülmektedir. Bununla birlikte blogger annelerin, blog sayfalarında veya sosyal medyada kendilerini ‘annelik’ ve ‘çocuk’ kav-

ramları üzerinden tanımladıkları görülmektedir (Burç, 2015; s. 9). ‘prensesin annesi’, ‘hem anne hem baba’, ‘ikiz annesi’, ‘şehzadenin annesi’, ‘akademik anne’, ‘gezen anne’, ‘becerikli anne’, ‘araştırmacı anne’ tanımları bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Dolayısıyla blogger annelerin annelik kavramını, toplumda kendilerini var edebildikleri bir kimlik olarak gördüklerini söylemek mümkündür. Buradan yola çıkarak anneliğin, kişisel tatmin elde etme, başarılı olma ya da takdir edilme olarak algılandığı anlaşılmaktadır.

Genel olarak bakıldığında internet annelerinin paylaşımlarına iyi niyetli yorumlar yapıldığı, beğenildiği ve takip edildiği görülmektedir. Ayrıca önemli ve/veya mutlu anları onlarca veya yüzlerce eş-dost, akraba ve arkadaşına tek tek haber vermek yerine birkaç dakika içinde paylaşım yaparak herkesin tanıklığına sunmak, hem zamandan tasarruf hem de haber verilmediği için üzülen/alınan/küsenlerin sayısının azaltılması bakımından da faydalı olmaktadır (Otero, 2007; s.412). Ancak çocuk psikolojisi açısından incelendiğinde durumun farklı olduğu ve oldukça ciddi boyutlarda ele alınması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Her yaşı ve her anı fotoğrafı alan, komik videoları çekilen, binlerce insanın kendisini izlediği, tanıdığı ve yorum yaptığı çocuklar, kendileri de birer fenomen olan blogger anneleri tarafından sosyal medya fenomeni haline getirilmektedirler (Instagram’ın en popüler Türk bebekleri/çocukları, 2017). Kendileri adına oluşturulan bu hesapları yönetmek ve fotoğraf/video paylaşımları yapmak, yaşları ve eğitimleri göz önüne alındığında çocukların kendi başlarına yapamayacağı bir eylemdir. Çocukları kendi kimliklerinin dışında farklı bir imajın içine yerleştirmek ise onlara aynı zamanda sanal kimlikler oluşturmak anlamına gelmektedir.

Doğumlarından itibaren tüm özel anlarının ve ev yaşantılarının paylaşıldığı fotoğrafların sosyal medya platformlarında yer alması ve herkes tarafından görülmesi çocukları rahatsız edebilir. Dikkat edilirse, çocuklar ergenlik dönemine kadar ailelerinin okulda ve sosyal ortamlarda yanlarında bulunmalarını isterler ve sorun çıkarmazlar. Ancak ergenlik dönemine gelindiğinde özerklik duygusu ve arkadaş ortamlarının da etkisiyle bundan rahatsız olurlar. Okula annesiyle gelen çocuğa ‘ana kuzusu, süt çocuğu’ gibi yakıştırmalar yapılır. Bu dönemde çocuklar; fiziksel, cinsel ve sosyal farkındalıklarının da gelişmesiyle birlikte ailelerinin her an yanında olmasından kaçınmaya başlarlar. Annelerinin okula gelmesini bile istemezken, arkadaş ortamlarında kendilerine yer edinirken ve bireyselleşirken, bebeklik ve çocukluk dönemlerine ait fotoğraflarının sanal ortamlarda yer bulması onların psikolojik durumunu olumsuz olarak etkileyebilir. Ayrıca anne babaların fotoğrafın altına yaptıkları ‘bebeğim’, ‘minik prensim’, ‘uğur böceğim’ vb. tanımlamalar, çocukların arkadaşlarının gözünde küçük düşmüş hissetmelerine yol açabilir, çocukları çeşitli yakıştırmalara maruz bırakabilir. Bundan dolayı çocuklar, fotoğraflarını paylaşan ailelerine öfkelenebilirler. Dolayısıyla sosyal ağlarda

çocukların fotoğraflarını paylaşmanın, çocukları gelecek yıllarda böyle bir duruma düşürme riski bulunmaktadır.

Bununla beraber bir başka olumsuzluk, doğdukları andan itibaren tanıdığı ya da tanımadığı pek çok insan tarafından fotoğrafları ve videoları izlenen çocuklar bu şekilde bir ilginin doğal olduğu algısına kapılabilir ve gerçek hayatta da aynı ilgiyi bekleyerek sürekli bir onaylanma ve beğenilme beklentisine girebilirler (Kinsey, 1987; s.169). Bu duygularla beraber narsistik özellikler geliştirebilirler. Bu tür paylaşımların çocuklar üzerindeki etkilerini görebilecek kadar zaman henüz geçmemiş olduğundan (toplum ve ebeveynler ilk defa böyle bir tecrübe yaşadıklarından) dolayı, bugünün çocuklarını ileride bu tür (yukarıda bahsedilen) tehlikelerin beklediğini ifade etmek yanlış olmaz.

Sosyal medya paylaşımlarının ebeveynleri bazı yönlerden memnun ettiği ve/veya mutlu ettiği söylenebilir. Facebook'ta, Instagram'da, bir blogda veya benzeri bir ortamda çocuklarının yaşamından kesitler paylaşan ebeveynler, aile ve arkadaş çevreleriyle iletişim kurmuş olurlar, çoğunlukla onlardan da olumlu tepkiler alırlar ve böylece yaptıklarının (yani kendileri ve çocuklarının yaşantıları hakkındaki herkese açık paylaşımların) doğru olduğunu bir nevi onaylatmış olurlar ya da öyle hissetmeye başlarlar. Bu şekilde doğru bir davranışta bulunduğunu düşünen ebeveynler daha çok paylaşım yapmaya başlarlar ve bu döngüyü sürdürmek isterler. Ara sıra birkaç arkadaş, bazı yakınlar veya birkaç yabancı bunun doğru olmayabileceği veya riskli hatta zararlı olabileceğine dair endişelerini paylaşırsalar da takipçilerin çoğunluğu çocukların mahremiyetinin söz konusu olduğunu dahi fark etmezler. Bu çelişkiyi daha iyi anlamak için öncelikle bugünün ebeveynlerinin sosyal medyadaki paylaşım tarzını göz önünde bulundurmak gerekir. Aileler çok farklı şekillerde paylaşım yapmaktadırlar ancak çoğunlukla bu paylaşımlar çocuk fotoğraflarından oluşmaktadır. Bu paylaşımların birçok şekilde çocukları da mutlu etme/memnun etme potansiyeli bulursa da çok sayıda hukuki ve güvenlik riski taşımaları da söz konusudur. Tabii ki ebeveynler çocuklarının özel yaşantıları ile ilgili bilgi, fotoğraf ve videoları iyi niyetle paylaşmaktadırlar. Bu paylaşımlar sonucunda çoğunlukla olumlu tepki alan ebeveynler artık bütün aileyi kapsayan paylaşımları yapmaktan çekinmemektedirler. Ancak bütün bu paylaşımların kısa ve/veya uzun dönemdeki sonuçları hakkında yeterince bilgi sahibi oldukları söylenemez.

Özellikle ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili hiçbir şey paylaşmamaları günümüzde pek mümkün olmasa da çocuklarla ilgili her şeyi paylaşmamak mümkündür. Çocuklara ait bilgileri ve görüntüleri paylaşmak yakın gelecekte psikolojik ve hukuki sorunları da beraberinde getirme potansiyeli taşımaktadır. Bugün yetişkin olan bireylerin, çocukluklarına ait görüntüleriyle (örneğin bezi değiştirilirken, yemek yedirilirken, ilk adımlarını atarken ya da banyo yaptırılırken) internet üzerinde karşılaştıklarında,

bu durumdan rahatsızlık duymayacaklarının garantisi yoktur. Günümüzden 10-15 yıl sonra çocuklar internette kendi isimlerini arattıklarında, anneleriyle yatak odasında kucak kucağa çekilmiş fotoğraflarıyla ya da sünnet olurken çekilmiş videolarıyla karşılaştıklarında muhtemelen mutlu olmayacaklardır. Bu konuyla ilgili olarak, 2016 yılında İngiltere’de yaşanan bir olay örnek oluşturmaktadır. Lucy adındaki genç kız, “12-13 yaşlarındayken (Facebook’ta) hakkımda utanç verici şeyler olduğunu fark ettim. Ondan (babasından) fotoğrafları kaldırmasını istedim ve bunu yaptı ama neden böyle bir istekte bulunduğumu pek anlamadı. Eğer bana bu fotoğrafların herkes tarafından görülmesini isteyip istemediğim sorulsaydı muhtemelen hayır derdim.” şeklinde bir açıklamada bulunmuştur (Wiggins, 2016). Paylaşımın, söz konusu bireyin husumet içinde olduğu insanlar tarafından kötü niyetle kullanılma potansiyeli de dikkate alındığında olumsuz sonuçları daha ağır basacaktır.

Ebeveynler kendilerini resim ve videoları paylaşılan çocuklarının yerine koyduklarında, geçmişte kaydedilmiş ve bugün onları rahatsız edebilecek görüntülerle karşılaştıklarında, ileride çocuklarının da aynı şekilde rahatsız olabileceklerini dikkate almalıdırlar. Bu açıdan bakıldığında, çocuklarla yakın gelecekte adli makamlara yansıyacak davaların önüne geçmek (Oğlunun fotoğraflarını izinsiz sosyal medyada paylaşan anne suçlu bulundu, 2018), aile bütünlüğünü ve ebeveyn-çocuk ilişkilerini korumak, çocukların sağlıklı bir gelişim sürdürmelerini sağlamak, topluma mutlu bireyler kazandırmak amacıyla çocukların mahremiyetine saygı göstermenin çok önemli olduğu görülmektedir.

3.2 Sosyal Medyada Çocuk Merkezli Paylaşımın İçerikleri

Amerika Birleşik Devletleri’nde yapılan bir çalışmada ebeveynlerin çocukları ile ilgili uyutma, beslenme ipuçları, eğitim, gündüz bakımı ve davranışsal konularda paylaşım yaptıkları ortaya çıkmıştır (Parents on social media: likes and dislikes of sharenting, 2015). Çalışma, ebeveynlerin yarıdan fazlasının çocuklarını utandırıcı bilgiler, yarıya yakınının çocuklarının buldukları yeri ve zamanı açığa vuran bilgiler, dörtte bire yakınının da uygunsuz fotoğraflar paylaştıklarını göstermektedir. Başka bir çalışma kimlik bilgilerini açığa çıkarıcı paylaşımın çocuklar için hangi riskleri oluşturduğunu gözler önüne sermektedir. Araştırma kapsamında ebeveynlerin sosyal medya paylaşımının verilerini takip ederek çocukların isim, adres, yaş, doğum günü ve hatta inanç bilgilerine bile ulaşıldığı ortaya konulmuştur (Minkus, Liu & Ross, 2015). Bu konudaki ilginç noktalardan birisi, bugün otuzlu yaşlarda olan birinin çevrimiçi geçmiş en fazla 10-15 yıl geriye (kendi isteği ve iradesiyle) gitmekteyken, günümüzdeki birçok çocuğun daha doğmadan önce ultrason resimlerinin ve doğum anının bile sosyal medyada paylaşıldığı ve muhtemelen hayatları boyunca bu tür paylaşımın artarak

devam edeceği gerçeğidir. Ancak ebeveynler bu konudaki bilgi eksikliklerine ilaveten takipçilerinden aldıkları (kendi anlık bakış açılarına göre) olumlu tepkilerin etkisiyle paylaşımlarını sürdürmektedirler (Moser, Chen & Schoenebeck, 2017).

Bazı ebeveynler çocuklarının zihinsel problemleri ve sağlık durumlarını da paylaşabilmektedir. Bunu yaparken aslında benzer durumda çocukları olan başka ebeveynlerle bilgi paylaşımı ve yardımlaşma amacı taşıdıkları görülmektedir. Ancak bu çocuklar ergenliğe girdiklerinde veya yetişkin olduklarında bu hastalıklarından kurtulmuş olsalar da olmasalar da hiç tanımadıkları insanların bu bilgilere sahip olmalarından dolayı çok büyük bir ihtimalle rahatsızlık duyacaklardır.

3.3 Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşmanın Riskleri

Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın ebeveyn ve çocuklar açısından oluşturduğu birçok risk bulunmaktadır. Bu riskler, geçmişte yaşanmış gerçek olaylardan ve bu olaylar sonucu yapılan çıkarımlardan oluşmaktadır. Sosyal medyada paylaşılan fotoğrafların ve kişisel bilgilerin, çocuklarda psikolojik sorunlar ve aile içi iletişim problemleriyle birlikte; çocuk istismarı, çocuk pornografisi, pedofili gibi konularda bazı tehlikelere yol açtığı bilinmektedir (Güner, 2013, ss. 5-6).

Sosyal medyada çocuk istismarına yol açabilecek paylaşımlar iki şekilde görülmektedir. Birincisi, çocuklarının fotoğraf ve videolarını yakın çevreden oluşan sınırlı bir kitle ile paylaşan ebeveynlerin sosyal medya hesaplarıdır. Paylaşımlar sınırlı bir kitle için olsa bile sorunun asıl kaynağını fotoğraf ve video paylaşmak değil, paylaşılan fotoğrafların içeriği oluşturmaktadır. Çocukların özel yaşam alanlarına ve ev ortamlarına ait fotoğraflar doğrudan mahremiyet ihlali olarak düşünüldüğünden, fotoğrafları görece çevrenin kısıtlanması halinde bile çocuğu istismara ve istismarcılara açık hale getirmektedir. İkincisi ise, çocuklarının fotoğraf ve videolarını her gün düzenli olarak geniş bir kitle ile paylaşan ve blogger adı verilen ebeveynlerin paylaşımlarından oluşmaktadır. Unutulmaması gereken önemli nokta, çocuk istismarının çoğunlukla aileye yakın kişiler tarafından gerçekleştirildiğidir (Pedagoji Derneği, 2017). Dolayısıyla ebeveynlerin yalnızca yakın çevreleriyle paylaştıkları çocuklarına ait görüntüler de istismar riski oluşturmaktadır. Çocukların kitleler tarafından takip edildiği diğer sosyal medya hesaplarında, ilgi ve beğeni toplamalarına yönelik oluşturulan sanal kimlikler üzerinden ticari faaliyetlerin gerçekleştirildiği görülmektedir. Ticari ürünlerin çocukların sevimli ve masum ifadeleri üzerinden pazarlanması da bir diğer istismar türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Progress and Freedom Foundation (PFF) isimli kuruluşun 2009 yılında ortaya koyduğu verilere göre 15-17 yaş aralığında bulunan gençler internet ortamında cinsel istismara en çok maruz kalan gruptur. Aynı yıl Türk Pediatri Kurumu'nun yayınladığı raporda, çocukların %30'u internette bir

yabancıyla karşılaşmış, internette bir yabancıyla karşılaşan çocukların %8'i ise gerçek hayatta o kişilerle bir araya gelmiştir. Araştırma sonuçlarına göre çocukları internette yabancılarla karşılaşan ebeveynlerin %28'inin bu durumdan haberdar olduğu, %11'inin farkında olmadığı, %61'inin ise çocuklarının bir yabancıyla buluşmadığını ifade ettiği ortaya konmuştur (Alikashiöglu, trs.). Günümüzdeki istatistiksel verilere bakıldığında, son 10 yılda çocuk istismarı vakalarının yüzde %700 arttığı ve bu süre içerisinde vakaların toplamda 300 bin sayısını geçtiği belirtilmektedir (Çocuk istismarında tüyler ürperten veriler). İnsan Hakları Derneği İstanbul Şubesi Çocuk Hakları Komisyonu'nun 2016 yılında yayınladığı rapora göre, dünyada cinsel suçların %46'sının çocuklara yönelik işlendiği, çocuk cinsel istismarında Türkiye'nin ise 3.sırada yer aldığı belirlenmiştir (İHD: Türkiye cinsel istismarda 3. sırada, 16 yılda 440 bin çocuk doğum yaptı, 2018). 2000'li yılların başlarından itibaren sosyal medya platformlarının oluşum göstermesi, istismar suçlarının artışı etkileyen bir faktör olarak görülebilir. Çünkü sosyal medya insanların birbirlerini her an takip edebildikleri, istedikleri bilgiye kolayca ulaşabildikleri bir platformdur. Dolayısıyla istismarcıların ya da bir takım yasa dışı oluşumların hedefi olunabilen bir alan olarak da tehlike arz etmektedir (Lupton & Williamson, 2017). Bu açıdan bakıldığında en çok hedef haline gelenlerin çocuklar olduğu ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya paylaşımları esnasında dikkat edilmesi gereken en önemli unsur bireylerin ve özellikle çocukların mahremiyet ve güvenlik sınırlarının ne olduğudur. Aileler çocuklarıyla ilgili güzel anılarını paylaşmış olsalar da; bir başarıyı, bir mezuniyeti veya bir düğünü paylaşmalarında sorun yok gibi görünse de paylaşımı görebilecek kitleyi kısıtlamadan herkese açık paylaşımlarda bulunmak, çocuğun ve ailenin güvenliğini tehlikeye atabilir. Örneğin: Çocuğun karnesini, oturulan evi, isimleriyle birlikte bütün aile üyelerine ait bilgileri, o anda ailece bulunulan mekânları paylaşmak birçok riski beraberinde getirmektedir. Bu riskler arasında başta çocuk istismarı olmak üzere; 'çocuk pornografisine maruz kalma, çocuk kaçırma, hırsızlık ve fidye amaçlı tehditler' gösterilebilir. Paylaşılan her çocuk fotoğrafı, aynı zamanda çocuğun suiistimal edilmesine de neden olabilir (Orton-Johnson, 2017). Çocuklarının kısmen çıplak, iç çamaşırılı veya bedeninin büyük bir kısmını açıkta bırakan kıyafetli fotoğraflarını sosyal ağlarda paylaşan ebeveynler, bu tür fotoğrafları sergilemek veya çeşitli amaçlarla kullanmak için fırsat kollayan sitelere (ve/veya pedofillere) istemeden de olsa malzeme vermiş olabilirler (sosyal ağlar ve çocukların mahremiyeti, 2016). İstanbul Üniversitesi Adli Tıp Enstitüsü öğretim üyesi ve Üsküdar Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Sevil Atasoy, 9 Temmuz 2018'de Hürriyet Resmi internet sitesine verdiği röportajda sosyal medyada geniş bir kitle tarafından takip edilen çocukların ev adresinin bulunabileceği, fotoğraflarının pornografik amaçlarla kullanılacağı ve özellikle ünlü, tanınan

ailelerin çocuklarının fidye amacıyla kaçırılabilceğini belirtmiştir (Özbey, 2018). Bu konuyla ilgili olarak 4 Kasım 2009 yılında Avukat Şahin Antakyalıoğlu'nun hazırladığı raporda, çocuk istismarcılarının, gerçek fotoğraflardan çocukların porno görüntülerini elde ettikleri ve sosyal medyada aileler tarafından masum duygularla paylaşılan çocuk fotoğraflarının istismarcılara fırsatlar sunduğu belirtilmiştir. Bu rapor, Çocuk Hakları İzlenme ve Raporlanma sitesinde kamuya sunulmuştur (Çocuğunuzun resmini internete koymayın, 2009).

Ağustos 2016'da yaşanan bir olayda, Sakarya'da esnafılık yapan 55 yaşındaki E. K., sosyal paylaşım sitesinden irtibata geçtiği 13 yaşındaki mağdura cinsel içerikli mesajlar göndermiş; buluşma ayarlamak için teklifte bulunmuştur (Yeğenine tacizde bulunan şahsı hem dövdü hem kameraya aldı, 2016). 2 Temmuz 2018 tarihinde yaşanan bir olayda ise Facebook'ta küçük kız çocuklarının fotoğraflarını cinsel taciz amacıyla paylaşan bir sayfa gündeme gelmiş ve bu sayfanın yaklaşık bin kişi tarafından beğenildiği de kayıtlara geçmiştir (Sosyal medyada çocuk tacizi var!, 2018). Şubat, 2017'de yaşanan bir başka olayda, Yozgat Emniyet Müdürlüğü Siber Suçlarla Mücadele Ekibi'nin çocuklara cinsel istismarda bulunduğu gerekçesiyle göz altına aldığı 33 yaşındaki A.Y. tutuklanmıştır. Bu şahsın, yaşları 10-15 arasında değişen erkek çocuklarını sosyal medyada açtığı sahte hesaplar üzerinden istismar ettiği belirlenmiştir (Çocuklara sosyal medyadan cinsel istismar şüphelisi tutuklandı, 2017). Aynı tarihlerde Diyarbakır'da yaşanan başka bir olayda, 33 yaşındaki bir şahsın 11 yaşındaki erkek çocuğuna cinsel istismarda bulunmak amacıyla sosyal medya üzerinden mesaj göndermesi üzerine, çocuğun babasının mesajlaşmayı sürdürerek şahıs ile buluşma ayarladığı kayıtlara geçmiştir. Çocuğa cinsel istismarda bulunmak için buluşmaya giden şahıs, babayla karşılaşınca oradan kaçarak uzaklaşmış ve kaçarken 3 kişinin de yaralanmasına sebep olmuştur (Sosyal medyadan tanıştığı çocuğu istismar etmek istedi, 2017). Tüm bu olaylar, sosyal medya platformlarında görüntü ve bilgileri yer alan çocuklara kötü niyetli kişilerin kolayca erişebildiğini ve cinsel istismar teşebbüsünde bulunabildiklerini ortaya koymaktadır.

Çocukların, kişisel bilgilerinin ebeveynleri tarafından paylaşılması üzerinde kontrolü yoktur. Aksine fotoğrafların paylaşımıyla ilgili tüm sorumluluk bu paylaşımları yapan ebeveynlere aittir. Bilinmelidir ki internette paylaşılan bilgiler çok uzun süre var olma, başkaları tarafından kaydedilip saklanma ve yine başkaları tarafından kullanıma açılma potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla çocuklarla ilgili paylaşımların da ömür boyu erişime açık olma ihtimali vardır. Gelecek nesiller bugünün çocuklarının tecrübelerinden yararlanarak muhtemelen daha güvenli sosyal medya politikalarına sahip olacakken, günümüz gençleri bu yeni hayat şartları altında yetişkinliğe giren ilk nesil olacaktır (Steinberg, 2017).

Geçmişte yaşanan Facebook skandalı bu konuda iyi bir örnek olarak gösterilebilir. Facebook'un kişisel verileri Cambridge Analytica isimindeki bir veri analiz şirketiyle paylaştığı, bu verilerin şirket tarafından usulsüzce kullanıldığı ve bazı hükümetlerle paylaştığı konusunda iddialar ortaya atılmış, bunun üzerine İngiliz Bilgi Komisyonu tarafından dava süreci başlatılmıştır (5 soruda Facebook verilerini 'usulsüz kullanmakla' suçlanan Cambridge Analytica, 2018). Bu olay, 2015 yılında geliştirilen 5 faktörlü kişilik tipini öngören algoritmayı akla getirmiştir. Cambridge ve Stanford Üniversitesi'nde 17.000 Facebook kullanıcısı üzerinde geliştirilen bir algoritmaya göre bu kişilik özellikleri; açıklık, vicdanlılık, dışadönüklük, anlaşmazlık ve nevroz olarak belirlenmiştir. Bu bilgiler ışığında Facebook'un kişileri ailelerinden bile daha iyi tanıdığı sonucuna varılmıştır (Facebook knows you better than anyone else, 2015). Türkiye'de ise 2015 yılında bir Facebook kullanıcısı, kendi profil fotoğrafının başka bir kişi tarafından kullanılması sebebiyle olayı mahkemeye taşımıştır. Mahkeme sonucunda Yargıtay, Facebook'ta herkese açık paylaşılan bir fotoğrafı kullanmanın suç olmadığına karar vermiştir (Yargıtay'dan kritik karar: sosyal medyada kullanılan fotoğrafı kullanmak suç sayılmaz). Buradan yola çıkarak, sosyal medyada paylaşılan fotoğrafların herkes tarafından kullanılabilirliği, özel mülkiyet kavramının olmadığı ve kullanıcıların sosyal medyada paylaştıkları her bilgi ya da fotoğrafın veri olarak kaydedildiği, hatta kamunun malı olarak kabul edildiği sonucuna ulaşılmaktadır.

3.4. Sosyal Medya Paylaşımlarının Bireysel ve Toplumsal Yansımaları

Sosyal medyada yapılan paylaşımların içeriğine bakıldığında yeme-içme, gezme ve yapılmakta olan uğraşların yer aldığı ve çoğunlukla bu faaliyetlerin yakın arkadaş veya aile ile birlikte olduğu görülmektedir. Sosyal medya kişilerin özel yaşamlarını sosyal çevreyle paylaşma imkanı sağlarken olumlu ve olumsuz birtakım sonuçlara yol açmaktadır. Sosyal medyada paylaşılan yaşama dair özel bilgiler bu paylaşımları takip eden bireylerde farklı algılar oluşturarak; yetersizlik, kıskançlık, mutsuzluk, kaygı, öfke gibi duygular oluşturmaktadır. Bu durum topluma yansyarak, sosyal medyada geçiren süre içerisinde sahte bir iyilik haline sebep olmaktadır.

İdeal kimlik, bireylerin olmak ve çevrelerine sunmak istedikleri bir tür sosyal kimlikleri olarak tanımlanabilir. Sosyal Medya ise kişilerin bu ideal kimliklerini oluşturma ve sunma işlemini kolaylaştırıp etkin hale getiren bir zemin görevini görmekte ve bireyler bu yolla bir anlamda 'Dijital Kimlik'lerini oluşturmaktadırlar. Kişiler bu durumda gerçek benliklerinden, yani sadece kendilerinin ve yakın çevrelerinin kendileriyle ilgili algılamalarından uzaklaşarak farklı bir benliğe ya da kimliğe sahip olmaktadır. Bundan dolayı sosyal medyada paylaşımlar yapan bir kişi ile onu takip eden bireyler arasında çok yönlü iletişim gerçekleşmektedir. Birincisi, sosyal medyada paylaşım yapan

bireyin kendisini tanımladığı, algılanmasını istediği ve gerçek benliğinden tamamen farklı bir dijital kimlik oluşturmasıdır. Diğer tarafta da bu paylaşımların gerçek kişiyi tanımlamadığının bilincinde olanlarla, paylaşılanları gerçek kabul eden bir kitle bulunmaktadır. Her durumda sosyal medyada ortaya çıkan gerçeklik ise, ortamın tamamen simülatif bir evren olması ve gerçek kişiliğin, sanal ortamda yeniden üretilmesidir. Bu süreçte de gerçek kimlik, her seferinde farklı mecralarda bölünmekte ve birey, asıl kimliğine yabancılaşmaktadır. Son yıllarda bireylerin çoğunlukla sosyal medya platformları üzerinden iletişim kurmaları; bu mecralarda eğitim almaları, alışveriş yapmaları, üretim ve tüketimde bulunmaları, yeni bir kavram olarak 'dijital vatandaşlık' kavramının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Dijital vatandaşlık, bilgi teknolojilerini uygun ve doğru kullanan bireylerin bütününe ifade etmektedir. Bu kavramın; dijital iletişim, dijital ticaret, dijital hak ve sorumluluklar, dijital güvenlik, dijital okuryazarlık gibi farklı alt boyutları bulunmaktadır. Teknolojinin hızlı gelişimi; teknolojiye dayalı becerilerle birlikte teknolojik kaynaklı sorunların da artmasına yol açmaktadır (Dijital vatandaşlık nedir?, 2017). Dolayısıyla bireylerin dijital ortamlarda karşılaştıkları sorunları çözebilmelerinin, etik kurallara uygun davranabilmelerinin, sahip oldukları hak ve sorumluluklarının bilincinde olmalarının, gerçek kimlik ve sanal kimlik ayrımını gözeterek doğru ve tutarlı davranışlar belirlemelerinin önemi giderek artmaktadır.

Yeni medya teknolojileri bireylerin iletişim süreçlerini ve iletişim becerilerini değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Yüz yüze ve sınırlı sayıda insanla kurulan sözel iletişim günümüzde yerini sosyal medya ağları üzerinden yüzlerce insanla aynı anda kurulabilen sözlü, sözsüz, yazılı, görüntülü ve ikonik/sembolik iletişime bırakmıştır. Sosyal medya hesabı olan ve paylaşımlarda bulunan bireyi kaynak kabul ettiğimizde yapılan paylaşımların mesaj olduğu açıktır. Bir kişinin paylaştığı mesaj yalnızca mesajın paylaşıldığı bireylerle sınırlı kalmamakta, kontrol dışı farklı mecralara da ulaşabilmektedir. Alıcı olarak tanımlanan mesajın muhatabı olan kitlenin her bir bireyinin, bu mesajı farklı gruplara ve dolayısıyla topluma iletterek kendisinin de kaynağa dönüştüğü görülmektedir. Bu mesajlar sadece kaynak ve alıcı arasında sınırlı kalmamakta, ikinci adımdan sonra kontrolsüzce, dünyanın her yerindeki sosyal medya kullanıcılarının kötü niyetli kullanımına da açılmaktadır. Sosyal medyanın tehlikesi ise tam da bu noktada başlamaktadır.

Sosyal medyada kişilerin görünmek istedikleri dijital kimlikleriyle var olmaları, aslında gerçeklikten uzak sanal bir toplum oluşmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyada kendisini takip eden kişilerle ve onların olumlu görüş ve düşünceleriyle tatmin olan, gündelik yaşamını sosyal medyadaki görünürlüğüyle sürdüren kişilerde 'narsizm', 'paranoya', 'depresyon', 'anksiyete' gibi psikolojik sorunların arttığı gözlemlenmektedir (Şahin ve Gülnar, 2016; s.9). Birey, gerçek kimliğiyle sosyal medya

ağlarında yarattığı dijital kimliği arasında nereye ait olacağına dair ciddi bir kimlik karmaşası yaşamaktadır. Yukarıda bahsedilen sosyal medyada var olan iki yönlü iletişim, bu tür psikolojik rahatsızlıkların toplumsal boyutlara ulaşarak kitleleri olumsuz etkilemesine sebep olmaktadır.

Sosyal medyada yer alan paylaşımlar çoğunlukla iyi niyetle yardımlaşma, fikir alış ve rişi ve bilgilendirme, bir araya gelme ekseninde cereyan ederken, tıpkı günlük hayatta olduğu gibi tartışmalar, kavgalar, anlaşmazlık ve çatışmalar, fikir uyuşmazlıkları da olabilmekte ve bu uyuşmazlıklar zaman zaman dava konusu olarak adli makamlara yansıyabilmektedir. Ancak sosyal medyada olanların, gündelik yaşamda olanlardan çok bariz bir farkı vardır ki o da yapılan bütün paylaşımların kayıtlı olması ve neredeyse bütün dünyaya açık olmasıdır. Sosyal medyadaki paylaşımların etkilerine gelmeden önce bireyin yakın çevresi yönünden durumu değerlendirmek gerekir. Yapılan paylaşımların “sorunsuz”, “yerinde” veya “uygun” olabilmesi için paylaşımı yapan kişinin en çok iletişimde olduğu yakın çevresi dikkate alınmalıdır. Örneğin: anne-babasını, çocuklarını, kardeşlerini, komşularını ve onların küçük çocuklarını, ilkökul öğretmenini, üniversitedeki hocasını, kendisi öğretmense öğrencilerini ve müdürünü, müdürse çalışanlarını ve amirlerini, doktora hastalarını ve hastane yönetimini, imamsa cemaatini ve amirlerini, askerse komutanlarını ve emrinde çalışanları da düşünmesi ve bu kişilerin tepkilerini de dikkate alması gerekmektedir. Dolayısıyla sosyal medya kullanımının aslında oldukça farklı boyutlarının olduğu ve dikkat gerektirdiği açıkça görülmektedir.

4. Sosyal Medya Paylaşımlarının Hukuki Boyutları

Sosyal medya paylaşımlarının psikolojik ve toplumsal etkilerinin yanı sıra, hukuksal alanda da birtakım etkileri bulunmaktadır. İnternet yaygınlaşmadan önce kişilerin özel yaşamlarına dair bilgiler zaman içerisinde kaybolmaktaydı. Bireylerin geçmişte yaşadıkları birtakım olay ve durumlar ya da yaptıkları davranışlar kayıt altında tutulduğunda, birey bu kayıtlardan bağımsız olarak yaşamını sürdürmekteydi. Bu noktada internet, kişilerin özel yaşamlarına dair tüm bilgileri anlık olarak topluma sunduğundan dolayı ‘unutulma hakkı’ nın gündeme gelmesini sağlamıştır. Bu konu, Anayasa’da açıkça düzenlenmemiş olsa da kişilerin manevi bütünlüğü bağlamında şeref ve itibarının korunması hakkı ile kişisel verilerin korunmasını isteme hakkı bir arada düşünüldüğünde, kişisel verilerin korunmasına dayalı unutulma hakkı önemslenmektedir (Doğan, trs.). Sosyal medyada yer alan kişisel verilerin tüm zamanları kapsayıcı ve ulaşılabilir olması bu konuda hukuki süreçlerin devreye girmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu konuda dünya üzerinde atılan ilk adım, 2016 yılında Fransa’da yapılan hukuki düzenlemelerle birlikte sosyal medyada fotoğrafları paylaşılan çocukların, ailelerine dava açma hakkına sahip oldukları ve böyle bir

durumda yasaların çocukları destekleyici nitelikte adımlar atacağı konusunda yetkililerin ebeveynleri uyarması olmuştur. Aynı dönemde, internet yasaları ve internet etiği uzmanı Eric Delcroix, “Çocuklar birkaç yıl içinde, ebeveynlerini çocukluk fotoğraflarını internette paylaştıkları için rahatlıkla mahkemeye verebilirler” açıklamasında bulunmuştur. Yine Fransa’da yayınlanan La Figaro gazetesindeki bir habere göre, Fransız emniyeti “Çocuklarınızın fotoğraflarını Facebook’ta paylaşmak güvenli değil. Çocuklarınızı koruyun” mesajıyla ailelere uyarıda bulunmuştur (Çocuklar Facebook’ta fotoğraflarını paylaşan ailelerine dava açabilir, 2017). İtalya’da meydana gelen başka bir olayda ise, kendi rızası olmadan sosyal medyada fotoğraflarını paylaşan annesine dava açan 16 yaşındaki genç, açtığı davayı kazanmıştır. Dava sonucunda annenin tüm fotoğrafları silmesine ve fotoğraf paylaştığı takdirde 10 bin Euro para cezası ödemesi gerektiğine karar verilmiştir (Oğlunun fotoğraflarını izinsiz sosyal medyada paylaşan anne suçlu bulundu, 2018). Buradan yola çıkarak, sosyal medyada fotoğrafları paylaşılan bazı çocukların, büyüdüklerinde ebeveynleriyle iletişim problemleri yaşayacakları ve kişisel haklarını korumak adına hukuki süreçlere başvurabilecekleri söylenebilir.

Türkiye’de bu konuyla ilgili olarak, Milli Eğitim Bakanlığı Hukuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından 7 Mart 2017 tarihinde yayınlanan genelgede: “İl, ilçe, okul ve kurum yöneticileri tarafından, okul veya kurumlarında görev yapan tüm personel ile öğrenim gören öğrencilerin, kişilerle ilgili her türlü ses, yazı, görüntü ve video kayıtlarının internette veya farklı dijital ya da basılı ortamda hukuka aykırı şekilde paylaşılmasının Anayasaya, uluslararası sözleşmelere ve 1739 sayılı Kanun’a aykırı olduğu; bu fiillerin Türk Ceza Kanunu’nda suç olarak düzenlenmiş olduğu hususunda bilgilendirilmesi sağlanacak ve durumların önüne geçilmesi için önlemler alınacaktır” denilmiştir (Okullarda Sosyal Medyanın Kullanımına Yönelik Genelge, 2017).

5. Amaç ve Yöntem

5.1 Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşımı Üzerine Bir Araştırma: Blogger Anneler ile Ünlü Annelerin Instagram Fotoğraflarının İçerikleri

Sosyal medyada çocuk fotoğraflarının yoğun olarak paylaşıldığı platformlardan birisi Instagram’dır. Instagram aracılığıyla yetişkinler özel ve sosyal yaşamlarına dair birçok bilgi ve fotoğraf paylaşmakta, bu paylaşımları özellikle son yıllarda tanıtım ve pazarlama amacıyla kullanmaktadırlar. Bireylerin, takipçileri tarafından ilgiyle karşılanan paylaşımları, bir süre sonra bu kişilerin Instagram fenomeni olarak adlandırılmasına sebep olmuştur. Takipçiler tarafından ilgi duyulan konular moda, seyahat, yemek, yazarlık vb. genel konular olabildiği gibi; doğum öncesi, doğum ve doğum sonrası süreçleri kapsayan paylaşımlar da olabilmektedir. Çocukların Instagram’da büyük kitleler tarafından sürekli olarak izlenmesi ve takip edilmesi, birtakım

riskleri de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla bu bölümde fenomen annelerin Instagram platformu üzerinden yaptıkları paylaşımların boyutlarını sınavabilmek için, paylaşılan fotoğrafların sayıları ve içerikleri istatistiksel olarak analiz edilmiştir.

5.1.1 Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Araştırmanın amacı, sosyal medya platformu olan Instagram'da yapılan paylaşımlarda, çocuk görüntüsü içeriğine hangi düzeyde ve hangi amaçlarla yer verildiğini ortaya koyarak, çalışmanın ana konusu olan mahremiyet ihlali ve çocuk istismarına yol açabilecek riskleri sınamaktır. Bu araştırma nicel verilere dayanan bilimsel bir araştırma olup, araştırmada SPSS (Sosyal Bilimlerde İstatistiksel Program) ile veri analizi yapılmıştır. Veri analizinde açıklama, yorumlama ve ilişki kurma yöntemlerine başvurulmuş ve çıkarımsal istatistik analizi uygulanmıştır.

5.1.2 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmada 1 Nisan 2018 - 1 Temmuz 2018 tarihleri arasında Instagram'da paylaşım yapan fenomen annelerin paylaştıkları toplam fotoğraf sayısı, toplam çocuklu fotoğraf sayısı, toplam çocuksuz fotoğraf sayısı, çocuklu ve reklamlı fotoğraf sayısı, çocuklu ve reklamsız fotoğraf sayısı, çocuksuz ve reklamlı fotoğraf sayısı, çocuksuz ve reklamsız fotoğraf sayısı belirlenmiş ve elde edilen tüm verilerin yüzdeleri hesaplanmıştır. Bununla birlikte, paylaşılan tüm fotoğraflar içinde çocuklu ve çocuksuz fotoğrafların oranları verilmiş, paylaşılan tüm çocuklu fotoğrafların hangi oranda reklamlı içeriklere sahip olduğu ve reklam yapılan fotoğrafların hangi oranda çocuk görüntüsü içerdiği belirlenmiştir. Ayrıca, takipçi sayıları benzerlik gösteren blogger ve ünlü annelerin, paylaşımlarındaki çocuk ve/veya reklam oranlarının yüzdelik olarak ne kadar benzerlik gösterdiği saptanmıştır. Ek olarak, belirlenen tarihler arasında paylaşılan ortalama fotoğraf sayısının, çocuk içeriğine yer verilen ortalama fotoğraf sayısı ile anlamlı bir ilişkiye sahip olup olmadığı incelenmiştir. Çocuk ve reklam içerikli fotoğraf sayıları ile diğer reklam içerikli fotoğraf sayılarının arasındaki korelasyona bakılmıştır.

Araştırmanın veri toplama aşamasında Instagram fenomenlerinin son 3 ayda paylaştıkları fotoğrafların ele alınması ve tek bir sosyal medya platformu kullanılmış olması, bu araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

5.1.3 Evren ve Örneklem

Araştırmada 50 blogger ve 50 ünlü anne olmak üzere toplamda 100 örneklem seçilmiştir. Belirlenen iki grubun ortak özellikleri sosyal medyada büyük bir kitle tarafından takip edilmeleri ve çocuklarının fotoğraflarını paylaşmaları iken; ay-

rıldıkları noktalar ise paylaşımlarının sayısı ve içeriğidir. Son yıllarda bloggerliğin maddi kazanç elde edilen bir mesleğe dönüşmesi, bu çalışmada fenomen olan annelerin blogger ve ünlü olarak iki gruba ayrılmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla araştırmada belirlenen değişkenler, blogger ve ünlü anneler üzerinde ayrı olarak analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlarla bu iki grup arasında karşılaştırma yapılmıştır.

Sosyal Medyada Çocuk Fotoğraflarının Paylaşılmasının Riskleri Açısından Bir Örnek Olay Çalışması: Blogger Anne Nihan Kayalıoğlu Olayı

Bu araştırmada 2017 yılında mahkemeye taşınan ve bu nedenle haberlere konu olay incelenmiştir. Nihan Kayalıoğlu'nun, eşi tarafından açılan dava sonucunda çocuklarının velayetini kaybetmesi, mahkemenin fotoğrafların silinmesi yönünde karar alması, basın ve toplumun olaya verdiği tepkiler ele alınmıştır.

5.2.1 Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırmanın amacı, sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın oluşturabileceği risklerin yansımalarını ortaya koymaktır. Sosyal medyada paylaşılan çocuk fotoğraflarının, mahremiyet ve çocuk istismarı kavramları bağlamında değerlendirildiği araştırmada, durum çalışması/örnek olay tekniğine başvurulmuş verilere ulaşılmıştır. Sosyal medyada çocuklarının fotoğraflarını paylaşan ve bu nedenle eşi tarafından açılan dava nedeniyle gündeme gelen blogger anne Nihan Kayalıoğlu olayı 'açıklayıcı ve tanımlayıcı durum çalışması' metoduyla detaylı olarak incelenmiştir. Örnek olay çalışmasında; Araştırmada elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir.

Örnek olay çalışması, deneysel bulguların yetersiz kaldığı ve ele alınan olay/durumların gerçek yaşamla bağlantısı olduğu durumlarda tercih edilen bir yöntemdir. Örnek olay yönteminde neden ve nasıl sorularının yanıtlarının aranması, ele alınan olayın/durumun farklı boyutlarının ortaya konması, çalışmanın içeriğini güçlendirmektedir. Dolayısıyla örnek olay çalışması, yapılan araştırmaya uygun bir yöntemdir. İçerik analizi, her türlü yazılı veya görsel metnin içeriğinden oluşmakta ve bilgilerin yorumlanmasında kullanılmaktadır.

5.2.2 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Nihan Kayalıoğlu örneği, sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşma konusunda Türkiye'de hem hukuki hem de psiko-sosyal açıdan basına yansımış tek olay olması sebebiyle irdelenmiştir. Blogger Nihan Kayalıoğlu hakkında 30 Haziran 2017 ile 24 Temmuz 2017 tarihleri arasında sekiz ayrı basın organında yer alan başlıklar ve haberlerin içeriğini oluşturan bilgi, görüş, yorumlar ele alınmıştır.

Araştırmanın sınırlılıkları ise konunun sübjektif olarak incelenmesi durumunda pek çok farklı görüş ve düşüncenin ortaya çıkması ve toplanan verilerin değerlendirilmesi aşamasında deneysel dayanakların yetersizliğidir.

5.2.3 Evren ve Örneklem

Farklı basın organlarına ait Nihan Kayalıoğlu olayı ile ilgili yapılan haber başlıkları ve haber içerikleri, araştırmanın örneklemine oluşturmaktadır.

5.3 Bireylerin Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşımı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Anket Çalışması

5.3.1 Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bireylerin sosyal medyada yapılan paylaşımlarla ilgili duygu, düşünce ve davranışlarını belirlemek, çocuk fotoğrafları paylaşmanın olası etkilerine karşı farkındalık düzeylerini tespit edebilmek ve bu konuyla ilgili yapılan araştırmaları desteklemek amacıyla 850 katılımcıya uygulanan bir anket çalışması yapılmıştır. Anketin ilk bölümünde yer alan; kuşaklara göre doğum yılı, cinsiyet, bulunulan coğrafi bölge, bulunulan yerleşim birimi, medeni durum ve eğitim durumu, demografik bilgileri oluşturmaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise, katılımcıların sosyal medyadaki tutumlarıyla ilgili bilgilere ulaşmak amacıyla belirlenen ifadeler yer almaktadır. Bir sonraki bölümü, çocuk sahibi olan ve çocuk sahibi olmayan katılımcılara yönelik iki ayrı kategoriyle ele alınan ifadeler oluşturmaktadır. Araştırma sorularının ilk bölümü likert tipi ölçekle oluşturulmuş, diğer bölümlerde ise çoktan seçmeli yanıtlara başvurulmuştur. Araştırma sonuçları istatistiksel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir.

5.3.2 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırma, Türkiye'nin farklı bölgelerinden geniş bir kitleye ulaşması, sosyal medyada paylaşım yapan bireylerin bu paylaşımları hangi duygu, düşünce ya da güdülerle yaptıklarını ortaya koyması ve sosyal medya tutumlarının demografik özelliklerle olan ilişkisini analiz etmesi bakımından önem taşımaktadır. Katılımcılarla yüz yüze görüşme yapılamaması ve bireylerin konu hakkındaki kişisel görüşlerinin derinlemesine incelenememesi araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

5.3.3 Evren ve Örneklem

Araştırmada Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinden 850 katılımcının internet üzerinden fikir ve görüşlerine başvurulmuş, internet üzerinden kendilerine ulaşan anketi cevaplamaları istenmiştir. Katılımcılar farklı demografik özelliklere sahiptir.

6. Bulgular

Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşımı Üzerine Bir Araştırma: Blogger Anneler ile Ünlü Annelerin Instagram Fotoğraflarının İçerikleri

6.1.1 Araştırma Bulguları

1 Nisan – 1 Temmuz tarihleri arasında blogger ve ünlü annelerin paylaştıkları toplam fotoğraf sayısının elde edildiği verilerde, araştırma bulgularını oluşturan bağımlı ve bağımsız değişkenler yer almaktadır (Tablo 1). Buna göre bağımsız değişkenler blogger anneler ve ünlü annelerin sosyal medyada yer alan paylaşımlarının sayısı iken, bağımlı değişkenler bu paylaşımların içeriklerini oluşturan çocuklu fotoğraf sayısı, çocuksuz fotoğraf sayısı, çocuklu ve reklamlı fotoğraf sayısı, çocuklu ve reklamsız fotoğraf sayısı, çocuksuz ve reklamlı fotoğraf sayısı ve çocuksuz ve reklamsız fotoğraf sayısı olarak belirlenmiştir. Tablo 1.de blogger annelerin belirlenen tarihler arasında toplam 6.245 fotoğraf paylaştığı ve bu fotoğrafların 3.662'sinde (yaklaşık %59'unda) çocuk içeriği yer aldığı; ünlü annelerin ise toplam 4.055 fotoğraf paylaştığı ve bu fotoğrafların 1.033'ünde (yaklaşık %26'sında) çocuk içeriği yer aldığı görülmektedir. Araştırmada ulaşılan bir diğer bulgu ise, çocuk ve reklam içeren fotoğraf sayıları olmuştur. Buna göre blogger annelerin toplam fotoğrafları içerisinde 1.497 fotoğrafın (yaklaşık %30'unun) hem çocuk hem de reklam içerdiği, ünlü annelerin toplam fotoğrafları içerisinde 246 fotoğrafın çocuk ve reklam içerikli olduğu (yaklaşık %7'sinin) görülmüştür. Toplam 100 örneklemin sosyal medyada paylaştığı fotoğraflara bakıldığında ise, 10.300 fotoğraf içerisinde 4.695 fotoğrafın (yaklaşık %46'sının) çocuk içeriğine sahip olduğu, 1.743 fotoğrafın ise (yaklaşık %17'sinin) hem çocuk hem de reklam içeriğine sahip olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Blogger annelerin 1 Nisan 2018 - 1 Temmuz 2018 tarihleri arasında sosyal medyada paylaştıkları toplam fotoğraf, çocuklu fotoğraf ve çocuksuz fotoğraf sayılarının ortalamalarına (Tablo 2) ulaşılmıştır. Elde edilen bulgulara göre 50 blogger anne tarafından üç aylık sürede paylaşılan toplam fotoğraf sayısının ortalaması 125' dir. Toplam fotoğrafların 73,2' si çocuklu fotoğraflardan oluşurken, 51,2' si çocuksuz fotoğraflardan oluşmaktadır. Bu verilere bakıldığında blogger annelerin paylaştıkları çocuklu fotoğrafların, çocuksuz fotoğraflara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir. Tablo 3. de ise ünlü annelerin paylaştıkları toplam fotoğraf, çocuklu ve çocuksuz fotoğraf sayılarının ortalamaları elde edilmiştir. 50 ünlü anne tarafından paylaşılan toplam fotoğraf sayısının ortalaması 81'dir. Toplam fotoğrafların 20,6'sı çocuklu fotoğraflardan oluşurken, 60,5' i ise çocuksuz fotoğraflardan oluşmaktadır. Bu bilgilere dayanarak, blogger annelerin ünlü annelere göre daha

fazla fotoğraf paylaştıkları açıkça görülmektedir. Bununla birlikte blogger anneler paylaştıkları tüm fotoğrafların 58,6'sında çocuklarına yer verirken, ünlü anneler paylaştıkları tüm fotoğrafların 25,5'inde çocuklarına yer vermiştir.

Blogger annelerin ortalama çocuklu fotoğraf sayısı ile birlikte, bu fotoğrafların reklam ve reklamsız içeriklerinin ortalamalarına bakıldığında (Tablo 4); blogger annelerin, çocuklu fotoğraf sayısı ortalamasının 73,2, çocuklu reklam fotoğrafının ortalamasının 29,9 ve çocuklu reklamsız fotoğraflarının ortalamasının ise 43,3 olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada elde edilen bir diğer bulgu, ünlü annelerin ortalama çocuklu fotoğraf sayısı ile birlikte, bu fotoğrafların reklam ve reklamsız içeriklerinin ortalamalarını içermektedir (Tablo 5). Buna göre ünlü annelerin çocuklu fotoğraflarının ortalaması 20,7, çocuklu reklam fotoğrafının ortalaması 4,9 ve çocuklu reklamsız fotoğraflarının ortalaması ise 15,7 olarak görülmüştür. Yukarıdaki verilere dayanarak, blogger anneler tarafından paylaşılan çocuklu fotoğrafların %40,8'inin aynı zamanda reklam içerikli olduğu belirlenmiştir. Ünlü annelerin çocuklarına yer verdikleri paylaşımların ise %23,8'inde reklam içeriğinin yer aldığı ve blogger annelere göre daha düşük bir oranda reklam ve çocuk içerikli fotoğraflar paylaştıkları görülmüştür.

Blogger annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz tarihleri arasında paylaştıkları çocuksuz reklam ve çocuksuz reklamsız fotoğraf sayılarının ortalamalarına göre, çocuksuz fotoğraflarının ortalamasının 51,2 iken, çocuksuz reklam fotoğrafının ortalamasının 34,2 ve çocuksuz reklamsız fotoğraflarının ortalamasının 17,2 olduğu görülmektedir (Tablo 6). Ünlü annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz tarihleri arasında paylaştıkları çocuksuz reklam ve çocuksuz reklamsız fotoğraf sayılarının ortalamalarına göre, çocuksuz fotoğraf sayısı ortalaması 60,5 iken çocuksuz reklam fotoğraf sayısı ortalaması 29,4, çocuksuz reklamsız fotoğraf sayısı ortalaması 30,8 olarak belirlenmiştir. Ünlü annelerin çocuklarına yer vermedikleri fotoğraflara bakıldığında, reklam içeriği bulunan fotoğrafların oranı %49,1 iken, blogger annelerin çocuklarına yer vermedikleri paylaşımlarının %66,7 si reklam içermektedir (Tablo 7).

Blogger ve ünlü annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz tarihleri arasında paylaştıkları reklam ve reklamsız toplam fotoğraf sayılarının ortalamaları incelendiğinde (Tablo 8-9), blogger annelerin paylaştıkları tüm fotoğrafların %23,9'unun çocuklu ve reklam olduğu, %13,7'sinin ise çocuk ve reklam içermediği ortaya çıkmaktadır. Ünlü annelerin istatistiklerine bakıldığında tüm fotoğrafların yalnızca %6,7'sinin çocuk ve reklam içerdiği, %37,9'unun ise ne çocuk ne de reklam içerdiği görülmektedir. Bu oranlara bakıldığında, çocuk ve reklam içermeyen fotoğrafların blogger annelerde daha düşük, ünlü annelerde ise daha yüksek bir orana sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Çocuklarının fotoğraflarını reklam amacıyla paylaşan blogger ve ünlü annelerin, kendi fotoğraflarını da aynı doğrultuda reklam amacıyla paylaştıkları varsayımından yola çıkılarak, çocuklu reklamlı fotoğraf sayısı ile çocuksuz reklamlı fotoğraf sayısı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını sınamak amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Öncelikle verilerin normal dağılım göstermediği belirlenerek ($p < 0.05$), Spearman Brown Sıra Farkları Korelasyon Analizi yapılmasına karar verilmiştir. Yapılan analizler sonucu; blogger annelerin çocuklu ve çocuksuz reklamli fotoğraf sayıları arasında anlamlı, pozitif yönelimli ve düşük düzeyde bir ilişki bulunmuştur ($r = 0.255$, $p < 0.05$). Ünlü annelerin çocuklu ve çocuksuz reklamli fotoğraf sayıları arasında ise anlamlı, pozitif yönelimli ve orta düzeyde bir ilişki bulunmuştur ($r = .411$, $p < 0.05$). Bu verilere dayanarak, blogger ve ünlü annelerin Instagram hesaplarında paylaştıkları çocuk ve reklam içerikli fotoğraf sayıları arttıkça, çocuk içermeyen ancak reklam içeren fotoğraf sayılarının da arttığı söylenebilir. Aynı şekilde kişilerin çocuk içermeyen reklam içerikli fotoğraf paylaşımları, çocuklarını da reklam amacıyla kullanma olasılığını artırmaktadır. Ancak bu olasılık blogger annelerde düşük, ünlü annelerde orta düzeydedir.

Bir diğer korelasyon analizi, ünlü ve blogger annelerin toplam fotoğraf sayıları ile çocuklu fotoğraf sayıları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılmıştır. Toplam fotoğraf sayısı normal dağılım gösterirken ($p > 0.05$), çocuklu fotoğraf sayısı eğik dağılım gösterdiği için veriler en çok çocuklu fotoğraf paylaşımı yapan kişiye 100 sıra numarası verilerek sıralanmış ve Spearman Brown Sıra Farkları Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Yapılan analize göre blogger ve ünlü annelerin paylaştıkları toplam fotoğraf sayısı ile çocuklu fotoğraf sayısı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur ($r = .679$, $p < 0.05$). Toplam fotoğraf sayısı ile çocuklu fotoğraf sayısı arasında güçlü bir ilişki vardır. Uygulanan Spearman Brown Sıra Farkları Korelasyon Analizi'ne göre katılımcıların toplam fotoğraf sayısı arttıkça çocuklu fotoğraf sayılarının da arttığını söylemek mümkündür.

Araştırmanın son kısmında, fotoğraf içeriklerinin takipçi sayısı ile olan ilişkisini irdelemek amacıyla, takipçi sayıları aynı ya da yüksek oranda benzer olan 10 blogger ve 10 ünlü anne çiftleri oluşturulmuştur (Tablo 10). Aşağıdaki şekilde; kişilerin takipçi sayıları ve benzerlik yüzdeleri, toplam çocuklu fotoğraf sayıları ve benzerlik yüzdeleri, çocuklu reklamli fotoğraf sayıları ve benzerlik yüzdeleri karşılaştırılmıştır.

Belirlenen blogger ve ünlü annelerin takipçi sayılarının benzerlik yüzdelerinin ortalaması %99,3 olarak hesaplanmıştır. Takipçi sayılarının yüksek orandaki benzerliğinin aksine toplam çocuklu fotoğraf sayısının benzerliği %33,6 iken, çocuklu ve reklamli fotoğraf sayısının benzerliği ise %20'dir. Bu sonuçlara bakıldığında,

sosyal medyada fenomen olan ve aynı sayıdaki kitleye hitap eden anneler, blogger olup olmamalarına bağlı olarak çocuklarının fotoğraflarını yoğun olarak paylaşmakta ve bu fotoğraflar aracılığıyla reklam yapmaktadırlar. Bunun sebebi olarak; blogger annelerin sosyal medya hesaplarını maddi kazanç elde ettikleri bir iş platformu olarak kullanmaları ve takipçileri tarafından gösterilen ilgi ve beklenti sebebiyle beğenilen çocuklu fotoğrafları aktif olarak paylaşmaları gösterilebilir.

6.1.2 Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Yukarıda verilen istatistikler, blogger annelerin ve ünlü annelerin sosyal medya platformunda yaptıkları paylaşımlarda çocuklarına ne kadar ve hangi içerikleri kullanarak yer verdiklerinin niceliksel sonuçlarını ifade etmektedir. Bu sonuçlara göre blogger anneler, çocuk içerikli fotoğraflarını, diğer fotoğraflarına göre daha yüksek oranda paylaşmaktadırlar. Araştırmada daha önce bahsedilen, blogger annelerin paylaşım psikolojisi düşünüldüğünde bu durumun oluşmasında birden fazla etken bulunduğu söylenebilir. Maddi kazanç elde etme, sanal kimlikler oluşturma, beğenilme ve takip edilme arzusu ya da mevcut sıkıntılı kitlelerle paylaşarak rahatlatma bu etkenlerden bazılarıdır. Dolayısıyla elde edilen bu sonuçlar, blogger annelerin sanal ortamlarda çocuklarına kendilerinden daha çok yer verdiklerini göstermekle birlikte, çocuk fotoğraflarının blogger anneler tarafından kontrolsüz bir şekilde paylaşıldığını da ortaya koymaktadır. Aynı zamanda blogger annelerin paylaştıkları çocuk fotoğraflarının %40,8 oranında reklam içerdiği sonucu, çocukların ebeveynleri tarafından reklam aracı olarak kullanıldığı varsayımını güçlendirmektedir.

Blogger olmayan ancak daha farklı mecralarda ünlü olan ve takipçi sayıları blogger annelerle aynı ya da daha yüksek olan annelerin fotoğraf sayılarına bakıldığında ise daha farklı sonuçlarla karşılaşmıştır. Ünlü annelerin fotoğraf sayıları blogger annelerden daha az olmakla birlikte, çocuklarını paylaştıkları fotoğrafların oranı ise %20,6 olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla ünlü annelerin başka birtakım sebeplerden ötürü çocuklarını sosyal medyada paylaşırken daha kontrollü davrandıkları ve buna bağlı olarak tehlikeleri daha fazla göz önünde bulundurdıkları söylenebilir.

Sosyal medyada çocuk içeriğine sahip olan reklamlı fotoğrafların, diğer içerikli reklamlı fotoğraflar ile arasındaki korelasyon incelendiğinde anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki saptanmıştır. Bu ilişki blogger annelerde beklenenin aksine düşük düzeyde, ünlü annelerde orta düzeydedir. Dolayısıyla fenomen annelerin çocuklarını paylaştıkları reklam içerikli fotoğrafları, diğer reklam amaçlı fotoğraflarını doğrudan etkilemektedir. Bu iki paylaşım türünün aynı doğrultuda sayısal değerlere sahip olduğu belirtilebilir.

Takipçi sayısı ile çocuklu fotoğraf sayısı arasındaki korelasyona bakıldığında ise anlamlı ve güçlü bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ünlü ve blogger annelerin takipçi sayıları arttıkça, çocuklu fotoğraf sayıları da artış göstermektedir. Bu sonuç, takipçilerin ilgi ve beklentilerinin, fenomenler tarafından yapılan paylaşımlar üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Yapılan bir diğer istatistik analizinde, takipçi sayıları %99,3 oranında benzer 10 blogger ve 10 ünlü anne eşleştirmesi önemli sonuçlar doğurmuştur. Buna göre fenomen annelerin çocuklu fotoğraflarının sayısı, takipçi sayılarına oranla büyük bir farklılık göstermektedir. Blogger annelerin ünlü annelere göre çocuklu ve çocuklu/reklamli fotoğraflarının sayısının daha fazla olması bu benzerlik oranını %20'ye düşürmüştür. Dolayısıyla bu sonuçlar yukarıda bahsedilen, ünlü annelerin blogger annelere göre daha kontrollü paylaşımlarda bulunduğu çıkarımını desteklemektedir. Bunun sebebi olarak, ünlülerin günlük yaşamda tanınan ve bilinen kişiler olmaları nedeniyle aile ve özel yaşamlarını gizli tutma isteği gösterilebilir. Büyük bir kitle tarafından bilinmek ve takip edilmek, ünlülerin kendileri başta olmak üzere çocuklarının da birtakım tehlikelere daha fazla açık olmaları anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bu kişilerin, tanınır olmanın gündelik yaşamda yol açtığı dezavantajların daha fazla farkında olmaları, çocuklarının özel yaşamlarını sosyal medyadaki takipçileriyle paylaşma konusunda daha kontrollü olmalarını ve gizliliğe optimum düzeyde önem vermelerini sağlamaktadır. Blogger annelerin ise takipçi sayıları ile paylaştıkları fotoğraf sayısının doğru orantıda artış göstermesi, tanınırlık ve popülerlik konusunda ünlülere göre daha farklı bir bakış açısına sahip olduklarını ve kontrollü tutumlar sergilemediklerini göstermektedir.

6.2. Sosyal Medyada Çocuk Fotoğraflarının Paylaşılmasının Riskleri Açısından Bir Örnek Olay Çalışması: Blogger Anne Nihan Kayalioğlu Olayı

6.2.1 Araştırma Bulguları

Türkiye'de, sosyal medyada çocuk resimleri paylaşmanın yol açtığı problemlere örnek bir vaka yaşanmıştır. Nihan Kayalioğlu adında bir genç kadın iki yüz bin civarında takipçisi olan bir blog üzerinden çocuklarının resimlerini neredeyse her gün paylaşmıştır ('Blogger' anneye şok suçlamalar!, 2017). Bir süre sonra şiddetli geçimsizlik nedeniyle boşanma aşamasına geldiği eşi Savaş İçten, (eşi Nihan Kayalioğlu'nun) çocuklarının resimlerini reklam malzemesi yaparak para ve ün kazanmak amacıyla sosyal medyada paylaştığı ve bu şekilde çocuklarını istismara açık hale getirdiği gerekçesiyle, çocuklarının velayetini anne Nihan Kayalioğlu'ndan almak istemiştir (Ünlü blogger Nihan Kayalioğlu'na mahkemeden kötü haber, 2017).

Bu konuda açılan dava “blogger anneye çocuk istismarı davası” başlığıyla medyada geniş yer almıştır. Yaygın olarak bilinen mizah sitelerinden ekşisözlük (www.eksisozluk.com), olayı 30 Haziran 2017 tarihinde “kız çocuğunun mahrem fotoğraflarını sorumsuzca Instagram hesabında paylaşan yeni nesil momlardan bir diğeri” ifadesiyle eleştirirken, Milliyet Gazetesi aynı gün “Blogger anneye şok suçlamalar!” başlığıyla haber yapmıştır. Milliyet gazetesinin haberinde Nihan Kayaloğlu'nun kocasının şikâyetlerine ve neredeyse tamamı Kayaloğlu için olumsuz olan birçok okuyucu yorumuna yer verilmiştir. Ayrıca sosyal medya fenomeni olduktan veya ünlü olduktan sonra elde ettikleri bu tanınırlığı maddi kazanca dönüştüren kişilerden de negatif olarak bahsedilmiştir.

Bir başka haber medyası olan Birgün (<http://www.birgun.net>) 30 Haziran 2017'de, “Blogger anneye ‘çocuk istismarı’ suçlaması” başlıklı bir haber yapmıştır. Bu haberde kocasının blogger anne Nihan Kayaloğlu'na yönelttiği suçlamalarla birlikte, sosyal medya kullanıcılarının blogger anneyi eleştiri niteliğindeki yorumlarına da yer verilmiştir. Haberde, “Kolay yoldan para ve takipçi kazanmak için kendi çocuklarının mahremlerini bu kadar ortaya döken insanlara tahammül edemiyorum artık. Eleştiriye açık olduğumu düşünmediğim, çocuklarının her anını her saniyesini Instagram'da paylaşan, reklam için çocuklarını kullanmaktan çekinmeyen samimiyetsiz kadın.”, “Pedofili diye bir iğrençlik varken çocuklarını bu kadar fütursuzca paylaşması beni rahatsız ediyor.” şeklindeki takipçi yorumlarına da yer verilmiştir. Bununla birlikte, mahkemenin dava bitimine kadar çocukların babayla kalmasına karar verdiği bilgisi haberde yer almıştır (Blogger anneye ‘çocuk istismarı’ suçlaması, 2017).

Aynı gün yapılan haberlerden biri de yerel bir Bursa gazetesinde (Bursa'da Bugün) yine benzer olumsuz bir vurguyla “Ünlü blogger Nihan Kayaloğlu'na mahkemeden kötü haber” başlığıyla verilmiş ve diğer haberlerde vurgulanan olumsuz bakış açılarını yansıtan ifadeler kullanılmıştır.

İlk çıkan (30 Haziran 2017 tarihli) haberlerin neredeyse tamamı blogger anneyi suçlu bulan veya eleştiren bir bakış açısıyla çıkarken, bir süre sonra yapılan haberlerde olay farklı boyutlardan bakılarak sunulmuş ve anneyi haklı gösteren ya da çok kötü bir şey yapmadığını vurgulayan bakış açısı ön plana çıkarılmıştır. Olay NTV haber sitesinde 4 Temmuz 2017 tarihinde “Blogger annenin isyanı: Kocam da aynı paylaşımların içinde vardı!” başlığıyla yer almıştır. Haberde; boşanma davasında velayeti kaybeden annenin eşinden şiddet gördüğü, beraber yaptıkları paylaşımlara kocasının ses çıkarmadığı vurgulanmış hatta içinde yer aldığı ifade edilmiştir. Nihan Kayaloğlu'na yapılan suçlamaları, kocasının boşanma davasında gündeme getirdiği vurgulanan haberde bir anlamda kocasının fırsatçılık yaptığını ima eden bakış açısı

ön plana çıkarılmıştır. Haberde ayrıca Kayalıoğlu'nun çocuklarının psikolojisini düşündüğü için boşanma davasıyla ilgili basında konuşmak istemediği, kocasının bu durumu ileri sürerek çocuklarına asıl psikolojik zarar veren taraf olduğu gündeme getirilmiş, sosyal medya paylaşımlarının risk ve tehlikeleri geri plana itilmiştir (Blogger annenin isyanı: kocam da aynı paylaşımların içinde vardı!, 2017).

İlk önce (30 Haziran 2017'de) diğer haber kaynakları gibi "‘Blogger’ anneye çocuk istismarı suçlaması!" başlığıyla haber yapan Gazete Vatan (www.gazetevatan.com) birkaç gün sonra (4 Temmuz 2017'de), "Çocuklarımı elimden aldılar ama kocam da aynı paylaşımlardaydı" başlıklı haber yaparak NTV'nin yukarıda bahsedilen haberine benzer bir yaklaşım sergilemiştir. Aynı tarihlerde yani haberin ilk çıktığı tarihten yaklaşık bir hafta sonrasında, birçok haber kurumu blogger annenin aslında suçlu olmadığını, kocasının boşanma nedeniyle konuyu gündeme getirdiği için haksız yere zor duruma düştüğünü ima eden haberler yapmışlardır (Çocuklarımı elimden aldılar ama kocam da aynı paylaşımlardaydı, 2017).

Bu haberlerden bir hafta sonra Hürriyet gazetesinde 8 Temmuz 2017'de çıkan haber "Blogger anneler teşhirci mi?" başlığıyla çıkmış, "bloggerlık" hakkında bilgilendirme yapılmış, "blogger annelerin" çocuklarının özel yaşamını sosyal medyada paylaşmakla ve bu paylaşımlar üzerinden para kazanmakla suçlandıklarını, psikolog gibi uzman tavsiyeleri verdiklerini ve çocukları teşhir ettiklerinden dolayı eleştirildiklerini vurgulamıştır. Haberde bunun üzerine bir tartışma başladığını ve konunun hem blogger annelere hem de uzmanlara sorularak farklı görüşlerin ortaya çıktığı anlatılmıştır (Blogger anneler teşhirci mi?, 2017). Uzmanlar blogger olmanın uzman olmak anlamına gelmediğini, anneliğin bir meslek olmadığını, dolayısıyla çocuklarının her anını sosyal medyada paylaşan veya çeşitli konularda bir uzman gibi bilgiler paylaşan blogger annelerin bunun psikolojik, sosyolojik ve hukuki sonuçları hakkında yeterince bilgili olmasının veya bunların sonuçlarıyla başa çıkmasının çok zor olacağını dile getirmişlerdir. Haberde sosyal medya uzmanlarının görüşlerine de yer verilmiş ve özetle blogger annelerin yaptıklarının çocuk haklarına da aykırı olduğu, bu durumdaki çocukların ileride kendi yaşantılarına ait resim ve bilgilerin internetten kaldırılması için mahkemeye başvurabilecekleri vurgulanmıştır.

Aynı haberde blogger annelerin görüşlerine de yer verilmiştir. Blogger annelerin eleştirilerden rahatsız oldukları, uzman görüşlerinin aksine blogger olmanın artık tüm dünyada bir meslek olduğunu düşündükleri, paylaşım yaparken yeterince dikkatli oldukları, bu yüzden çocuklarının gelecekte asla sorun yaşamayacaklarını düşündükleri, takipçileriyle etkileşim halinde oldukları, para kazanıyorlarsa devlete vergi ödediklerini ifade ettikleri dile getirilmiştir. Dolayısıyla uzmanlar

çocukların özel yaşantılarını paylaşmanın birçok riski olduğunu dile getirirler de bilhassa bu eylemi bir hobi veya meslek derecesinde yapan blogger anneler gibi bazı ebeveynlerin bu paylaşımları tehlikeli görmedikleri anlaşılmaktadır.

Konuyla ilgili son gelişme 24 Temmuz 2017’de T24 adlı haber sitesinin Cumhuriyet gazetesine dayanarak yaptığı haber “Pedagog görüşü dava seyrini değiştirdi; mahkeme çocukların velayetini blogger anneye verdi” başlığıyla verilmiştir (Pedagog görüşü dava seyrini değiştirdi; mahkeme çocukların velayetini blogger anneye verdi, 2017). Haberde Kayalıoğlu’nun avukatının ulaştığı bir pedagogun çocukların velayetinin anneye verilmesi yönündeki raporuna binaen mahkemenin de velayeti anneye verdiği, ancak mahkemenin annenin (çocuklarının resimlerini) sosyal medyada paylaşma yasağının devam etmesi kararını değiştirmedeği bildirilmiştir. Dolayısıyla haberin medyada en son yer alışı tarzına baktığımızda basın sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın risklerine odaklanmaktan çok olayın dava süreciyle ilgilendiği dikkat çekmektedir.

6.2.2. İçerik Analizi ve Bulguların Değerlendirilmesi

İçerik analizi, bir metnin açık içeriksel karakteristiklerinden yararlanarak, açık olmayan karakteristiklerinin ve bağlamının araştırılıp, sosyal gerçekliğin ortaya çıkarılmasını amaçlayan bir yöntemdir. İçerik analizi yöntemi; araştırmanın çalışmada (örnek olayın) tanımlanmasını, bulguların değerlendirilmesini ve sonuç kısmında yorumlama ve analiz aşamalarını içermektedir. (Alver, 2001; s.141). Dolayısıyla bu çalışmada elde edilen bulgular (haber siteleri, içerikleri ve başlıkları, Türkiye’de ve dünyada yaşanan hukuki ve sosyal olaylar) içerik analiziyle değerlendirmeye alınmıştır.

Bu konuyla ilgili olarak bazı haber kaynaklarının Nihan Kayalıoğlu’nu, bazılarının ise eşinin suçlamalarını destekleyen görüşlere yer verdiği görülmektedir. Burada, haber içeriklerinin analizi oldukça önemlidir çünkü haberlerin yapıldığı tarihlere ve dava seyrine göre içerikler de değişim göstermektedir. Yapılan ilk duruşmada verilen karar, anne Nihan Kayalıoğlu’nun tüm fotoğrafları silmesi ve çocukların velayetinin geçici olarak babaya verilmesi olarak belirlenmiştir. İkinci duruşmada ise, pedagog raporunun mahkemeye sunulmasıyla birlikte çocukların velayetinin anneye verilmesine ancak sosyal medya paylaşımlarıyla ilgili yasağın sürmesine karar verilmiştir. Bu iki dava arasındaki yaklaşık 30 günlük zaman diliminde, haber sitelerinin kullandığı başlıklar, içerikler ve görüşler de değişim göstermektedir.

30 Haziran 2017 ile 24 Temmuz 2017 tarihleri arasında haber sitelerinin Blogger Nihan Kayalıoğlu’na açılan dava ile ilgili verdikleri haber başlıkları ve bu haberlerin sayısı incelendiğinde, bu tarihler arasında Cumhuriyet Gazetesi’nin 3, Milliyet

Gazetesinin 2 ve diğer gazetelerin 1'er haber yaptığı; toplamda ise 11 habere yer verildiğine dair bulgular elde edilmiştir. (Tablo 11) 30 Haziran 2017 ile 24 Temmuz 2017 tarihleri arasında Blogger Nihan Kayalıoğlu'na açılan dava ile ilgili verilen haber başlıklarının içerikleri kategorize edildiğinde ise, NTV ve Cumhuriyet gazetelerinin sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmaya yönelik Blogger Nihan Kayalıoğlu'nu destekleyici haber içeriklerine de yer verirken; Milliyet, Bursa'da Bugün, Gazete Vatan, Haber 7, Star ve Hürriyet gazetelerinin Blogger Nihan Kayalıoğlu'nu eleştirel nitelikte haber içeriklerine yer verdikleri görülmüştür (Tablo 12). Bununla birlikte Cumhuriyet Gazetesinin 30 Haziran 2017 tarihinde dava ile ilgili eleştirel nitelikte haber içeriklerine yer verdiği, 4 Temmuz ve 24 Temmuz 2017 tarihlerinde ise Blogger Nihan Kayalıoğlu'nun röportajındaki düşüncelerini ve pedagojik görüşlerini yansıttığı dikkat çekmektedir.

Dava süresince haber kaynaklarının blogger anneler ve çocuk istismarı gibi konularda birçok içeriğe yer verdiği görülürken, 24 Temmuz 2017 tarihinde mahkemenin çocukların velayetini anne Nihan Kayalıoğlu'na vermesiyle ilgili haber yapılmadığı görülmektedir. Yalnızca Cumhuriyet gazetesinin dava sonucu ile ilgili habere yer verdiği, diğer haber kaynaklarının konuya daha mesafeli yaklaştığı dikkat çekmektedir.

Eğitimcilerin, çocuk gelişimi ve ruh sağlığı uzmanlarının, sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşımı konusunda ebeveynlere yönelik eleştirilerine ve uyarılarına bakıldığında, tüm yetişkinlerin dikkat etmeleri gereken hususlar olduğu görülmektedir. Farklı ülkelerde ve ülkemizde sosyal medya paylaşımlarının hukuki süreçlerde yer almaya başlaması, bu konuda mahkemelerin de yakın gelecekte çocukları destekleyici kararlar alabileceklerinin göstergesi olarak düşünülebilir.

6.3 Bireylerin Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşımı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Anket Çalışması

6.3.1 Araştırma Bulguları

Araştırmada elde edilen ilk bulgularla, 850 katılımcının demografik özellikleri belirlenmiştir. Katılımcıların buldukları kuşaklara göre sınıflara ayrılan doğum yılı, cinsiyet, yerleşim bölgesi, yerleşim birimi, medeni durum ve eğitim durumu bilgileri kategorize edilmiştir (Tablo 13). Her bir kategoride yer alan kişi sayısı ve bu sayının (kategori içerisinde) toplam katılımcı sayısına oranı (yüzdeler olarak) elde edilmiştir. (Yüzdeler en yakın değere yuvarlanarak hesaplanmıştır.) Katılımcıların yaklaşık %29,9 oranıyla en fazla bulunduğu doğum yılı, 1995-2004 yılları arasında doğanlardır. Bunu sırasıyla; %25,8 oranıyla 1985 – 1994 yılları arasında doğanlar, %23,3 oranıyla 1975 – 1984 yılları arasında doğanlar, %21,1 oranıyla 1965 – 1974 yılları arasında doğanlar takip etmektedir. Bu oranlar kuşaklara göre

incelendiğinde, anket çalışmasına en fazla katılımın olduğu kuşak Z kuşağı iken, bu kuşağı sırasıyla Y kuşağı ve X kuşağı izlemiştir.

Katılımcıların cinsiyet oranları, %76,1 kadın, %23,6 erkek, %0,23 LGBTI olarak belirlenmiştir. Katılımcıların %51,9'unun Marmara Bölgesi'nde, %19,1'inin Ege Bölgesi'nde, %12,4'ünün İç Anadolu Bölgesi'nde ve %16,7'sinin Akdeniz, Karadeniz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yaşadıkları görülmüştür. Katılımcıların yerleşim birimleri incelendiğinde, %56,2'sinin metropolde, %35,3'ünün şehir merkezinde, %6'sının kasaba ya da bucakta, %2,5'inin ise köy ya da mezrada yaşadığı görülmüştür. Bununla birlikte katılımcıların %61,6'sının bekar, %38,4'ünün evli olduğu görülmüştür. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, %69,5 oranıyla üniversite mezunlarının yoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Bunu %16,2 oranıyla yüksek lisans ve üstü takip ederken, sırasıyla %12 oranıyla lise mezunları, %1,5 oranıyla ortaokul mezunları, %0,7 oranıyla ilkokul mezunları gelmektedir.

Katılımcılardan anket sorularıyla ilgili düşüncelerini belirtmek amacıyla, 'katılıyorum', 'kısmen katılıyorum', 'kararsızım', 'kısmen katılmıyorum' ve 'katılmıyorum' seçeneklerinden bir tanesini işaretlemeleri istenmiştir. Elde edilen verilere göre, sosyal medyada fotoğraf ve video paylaşmayı seven ve paylaşımlarında kendi fotoğraflarına da yer veren katılımcıların oranı %67,5 olarak belirlenmiştir. Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşılmasına karşı olan ya da paylaşılmasından hoşlanmayan, kendi bebeklik/çocukluk fotoğraflarının paylaşılmasından rahatsızlık duyan ya da bu fotoğrafların paylaşıldığı durumlarda şikayetçi olmak isteyen katılımcıların oranı ise %67,4 olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte, 'insanların gerçek yaşamdaki kimlikleriyle sosyal medyadaki kimlikleri arasında farklar olduğunu düşünüyorum' sorusuna 'katılıyorum' ve 'kısmen katılıyorum' seçeneklerini işaretleyenlerin sayısı 796, tüm katılımcılara oranı ise %93,6 olarak saptanmıştır. Buradan yola çıkarak, katılımcıların yarısından fazlasının sosyal medyada aktif olarak yer aldığı, fakat aynı zamanda sosyal medyada fotoğraf paylaşımı konusunda rahatsızlık duyduğu da görülmüştür.

Anketin üçüncü bölümünde, çoktan seçmeli yanıtlar içeren toplam 4 adet ifade bulunmaktadır. İfadelerde yer alan boşlukları doldurmak amacıyla katılımcılardan çoktan seçmeli yanıtları işaretlemeleri istenmiştir. Katılımcılara en az bir, en fazla üç adet seçim yapma hakkı tanınmıştır. Sosyal medyada paylaşılan fotoğrafların içerikleriyle ilgili katılımcıların yaptıkları seçimler incelendiğinde (Tablo 14), sosyal medyada en çok tercih edilen üç paylaşım türü %36,5 oranıyla toplu (aile, arkadaş vb.) fotoğraflar, %30,8 oranıyla manzara fotoğrafları ve %26,2 oranıyla tek olunan fotoğraflardan oluşmaktadır. 'Çocuğumun olduğu' seçeneğini işaret-

leyenlerin oranı ise %6,5'tir. Buna ek olarak, sosyal medyada paylaşımlarda bulunan katılımcıların, buldukları yaş aralığı ile paylaşımlarının içerikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda, 'tek olduğum' seçeneğini en yüksek oranda işaretleyen katılımcıların 1995 – 2004 arasında doğan bireyler olduğu, 'çocuğumun olduğu' seçeneğini en yüksek oranda işaretleyenleri ise 1975 – 1984 yılları arasında doğan katılımcıların oluşturduğu görülmüştür. Sosyal medya paylaşımlarındaki içeriklerin diğer demografik özelliklerle olan ilişkisi incelendiğinde anlamlı farklar bulunamamıştır.

'Sosyal medyada bebekliğime ya da çocukluğuma ait ... fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder/etmez.' ifadesine yönelik yapılan seçimlerde, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun işaretlediği 'banyo yaparken-çıplak fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder' seçeneği %35,6'lık bir oranla dikkat çekmektedir. Bunu %18,4 oranıyla 'bikini-mayolu fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder' seçeneği takip etmiştir. 'Hastane fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder' seçeneğini işaretleyenlerin oranı ise %17,1 olarak görülmüştür. Geriye kalan %25,2 oranındaki katılımcılar ise; sünnet fotoğrafı, okul fotoğrafı, toplu aile fotoğrafı ve her çeşit fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder seçeneklerini işaretlemişlerdir. Tüm katılımcıların %3,8'i ise herhangi bir fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız etmez seçeneğini işaretlemişlerdir (Tablo 15.). Bununla birlikte sosyal medyada bebeklik-çocukluk dönemine ait fotoğrafların rahatsızlık verici olduğuna dair elde edilen verilerle katılımcıların cinsiyet özellikleri karşılaştırılmıştır. Kadınların en çok rahatsızlık duydukları ilk üç fotoğraf içeriği sırasıyla banyo yaparken-çıplak fotoğraflar, bikini-mayolu fotoğraflar ve hastane fotoğrafları iken; erkeklerin en çok rahatsızlık duydukları ilk üç fotoğraf içeriği ise banyo yaparken-çıplak fotoğraflar, sünnet fotoğrafları ve hastane fotoğrafları olmuştur. Diğer demografik özelliklere ilişkin anlamlı farklar bulunamamıştır.

'İleriki yıllarda sosyal medyada yüzlerce bebeklik ve çocukluk fotoğrafımın olması beni ...' sorusunun yanıtı olarak 'endişelendirir', 'utandırır', 'mutlu eder', 'gururlandırır', 'sinirlendirir', 'hiçbir şekilde etkilemez' seçeneklerinden en yüksek oranda işaretlenen, %34,3 lük bir oranla 'endişelendirir' yanıtı olmuştur. En sık işaretlenen diğer iki yanıt ise %24 oranla 'hiçbir şekilde etkilemez' ve %15,8 oranla 'utandırır' yanıtları olmuştur (Tablo 17.). Katılımcıların ileriki yıllarda sosyal ortamlarda yüzlerce fotoğraflarının yer almasının hangi duyguları hissettireceğine ilişkin ifadeye yönelik tercihleri, bu durumdan en yüksek oranda endişe duyanların 1995-2005 yılları arasında doğanların olduğunu ortaya koymuştur.

Katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaçlarına yönelik seçimlerde en sık işaretlenen yanıt %36,1 oranla 'bilgi almak' olurken, en sık işaretlenen diğer yanıt

%25,1 oranla 'insanların neler yaptığını görmek' olmuştur. Katılımcıların %20,3'ü 'sosyal ortamdaki kopmamak' yanıtını işaretlerken, %11,6'sı 'bilgi vermek' yanıtını tercih etmiştir. Katılımcıların %5,6'sı 'tanınmış kişilerin ne yaptığını görmek' seçeneğini tercih ederken, %1,4'ü 'takipçi sayımı ve beğenimi artırmak' amacıyla sosyal medyayı kullandığını belirtmiştir (Tablo 17).

'Genellikle sosyal medyayı '...' için kullanırım.' ifadesine yönelik tercihlerde bulunan katılımcıların buldukları yaş aralığı ile sosyal medyayı kullanım amaçları arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda; 1965 – 1974 ve 1975 – 1984 yılları arasında doğan katılımcıların en sık tercih ettikleri ifade 'bilgi almak' iken, 1985 – 1994 yılları arasında doğan katılımcılar 'bilgi almak' ve 'insanların neler yaptığını görmek' seçeneklerini yakın oranda tercih etmiştir. 1995 – 2004 yılları arasında doğan katılımcılar ise yoğunlukta 'insanların neler yaptığını görmek' seçeneğini tercih etmişlerdir. Bu seçime yakın oranda 'bilgi almak' ve 'sosyal ortamdaki kopmamak' ifadeleri tercih edilmiştir.

Sosyal medyayı kullanım amaçları ile katılımcıların cinsiyeti arasındaki ilişki incelenmiştir. Buna göre kadın ve erkek katılımcıların en fazla tercih ettikleri ifadeler sırasıyla 'bilgi almak', 'insanların neler yaptığını görmek' ve 'sosyal ortamdaki kopmamak' tır. Ancak kadın katılımcıların 'tanınmış kişilerin neler yaptığını görmek' ve 'sosyal ortamda kopmamak' ifadelerini erkeklere göre daha yüksek bir oranda tercih ettikleri görülmüştür. Sosyal medyayı kullanım amaçları ile katılımcıların yaşadıkları coğrafi bölge ve yerleşim birimi arasındaki ilişki incelendiğinde, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde ve 'köy, mezra' yerleşim birimlerinde yaşayanların 'bilgi almak' ve 'insanların neler yaptığını görmek' seçeneklerini eşit oranda tercih ettikleri görülmüştür. Bu da belirtilen bölgelerde yaşayan katılımcıların, diğer bölge ve yerleşim birimlerinde yaşayanlara göre 'insanların neler yaptığını görmek' amacını daha yüksek oranda tercih ettiklerini ortaya koymaktadır.

Anketin dördüncü bölümünde yer alan sorular, çocuk sahibi olan katılımcılar tarafından yanıtlanmıştır. 850 katılımcının %39,3'ü (334 kişi) çocuk sahibidir. Bu kişilerin %59,3'ü ise (198 kişi) sosyal medyada çocuklarıyla ilgili paylaşımlar yaptıklarını belirtmiştir. Sosyal medyada çocuğuyla ilgili paylaşımlar yapan katılımcılardan, bu paylaşımların sebeplerine dair yanıtlardan en az bir, en fazla 3 tanesini işaretlemeleri istenmiştir. Buna göre en yüksek oranda işaretlenen yanıt 'çimden gelir' olurken, en az işaretlenen yanıt ise 'çocuğumla ilgili paylaşım yaptığımda daha fazla beğeni ve yorum alırım' olmuştur (Tablo 18).

Çocuk sahibi olan 334 katılımcının %40,7'si sosyal medyada çocuklarıyla ilgili paylaşımlar yapmadıklarını belirtmiştir. Bu bilgiye dayanarak sosyal medyada çocu-

ğuyla ilgili paylaşımlar yapmayan katılımcılardan, bu tutumlarının sebeplerine yönelik seçeneklerden en az bir, en fazla 3 tanesini işaretlemeleri istenmiştir. Sosyal medyada çocuğuyla ilgili paylaşım yapmayan katılımcıların en fazla işaretledikleri seçenek %34,9 oranıyla ‘özel hayatımın ortada olmasını istemem’ olarak görülmektedir. Bu seçeneği, ‘çocuğumun bundan rahatsız olabileceğini düşünürüm’ seçeneği ise %33,3 gibi yakın bir oranla takip etmiştir. ‘çevremden olumsuz tepki alabileceğimi düşünürüm’ seçeneği ise %1,3 oranıyla son sırada yer almıştır (Tablo 19).

Sosyal medyada çocuğuyla ilgili paylaşımlar yapmadığını belirten katılımcıların işaretledikleri sebepler ile eğitim durumları arasındaki analiz incelendiğinde, ilkokul, ortaokul ve lise mezunu katılımcıların en sık işaretledikleri seçenek ‘özel hayatımın ortada olmasını istemem’ seçeneği iken; üniversite, yüksek lisans ve üstü eğitim düzeyine sahip olan katılımcıların ağırlıklı olarak işaretledikleri ifadenin ‘çocuğumun bundan rahatsız olabileceğini düşünürüm’ olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, 1965 - 1974 yılları arasında doğan katılımcıların işaretledikleri ifadeler arasında ilk sırada ‘çocuğumun bundan rahatsız olabileceğini düşünürüm’, ikinci sırada ‘özel hayatımın ortada olmasını istemem’ ifadesi yer almaktadır. 1975 - 1984 ve 1985 - 1994 yılları arasında doğan katılımcılar ise ilk sırada ‘özel hayatımın ortada olmasını istemem’, ikinci sırada ‘çocuk istismarcılarına kapı açabilir’ ifadelerini tercih etmişlerdir.

Anketin dördüncü bölümünde elde edilen bir diğer araştırma bulgusu, ‘sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşım yaparken ya da yapacak olursam ondan izin alırım’ cümlesine ‘evet’ seçeneğini işaretleyen oranı %75,4 olarak görülmüştür. Bununla birlikte, sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaştığı için çocuğu veya çevresi tarafından tepkiyle karşılaşan katılımcıların oranı ise %16,8 gibi düşük bir oranda görülmüştür.

Anketin beşinci ve son bölümünde, tüm katılımcıların %60,7’sini oluşturan, çocuk sahibi olmayan bireylerin yanıtları incelenmiştir. Bu kişilerin, %52,1’i sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşılmasına karşı olmadığını, %47,9’u ise bu paylaşımlara karşı olduğunu belirtmiştir. Bu kişilerin sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşımı ile ilgili düşüncelerini oluşturan sebeplere yönelik araştırma bulguları elde edilmiştir (Tablo 21 ve Tablo 22). Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşılmasına karşı olan ve olmayan katılımcıların seçimleri incelendiğinde, sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşılmasına karşı olmayan katılımcıların seçimlerinde en yüksek oranda işaretlenen sebep ‘çocuklar da hayatın içinde yer alıyor’ olarak görülmektedir (%42,5). Bunu takip eden seçim %30,3 oranla ‘paylaşımlara güzellik katıyorlar’ olmuştur. %1,2 ile en az oranda tercih edilen seçenek ise ‘ta-

kipçi ve beğenileri artırıyolar' olarak görülmektedir. Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmaya karşı olan katılımcıların düşüncelerine bakıldığında; 'çocuk istismarcılarına kapı açabilir' %36,7 oranıyla en çok işaretlenen seçenek olmuştur. Bunu takip eden seçim %25,9 oranıyla 'özel hayatı bu kadar deşifre etmek doğru değil' olmuştur. Çocukların ileride bundan rahatsız olabileceği düşüncesi %24, çocukların sosyal medyada yer almasının yaşlarına uygun olmadığı düşüncesi ise %13,4 oranıyla tercih edilmiştir. Bu oranlara bakıldığında sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşılmasına karşı olan katılımcılara sunulan seçeneklerden her biri birbirine yakın oranda tercih edilmiştir. Araştırmada elde edilen bir diğer bulgu, çocuk sahibi olmayan 516 katılımcının %83,5'inin sosyal medyada çocuğunu paylaşan kişilerin çocuklarından izin almaları gerektiğini düşüncesine sahip olmalarıdır. Bununla birlikte aynı katılımcıların %71,9'u sosyal medya hesaplarında çocuğunu paylaşanlara karşı olumsuz duygu ve düşünceler beslemediklerini ve sosyal medyada çocuğunu paylaşan tanıdıklarını paylaşım yapmamaları için uyardıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşılmasına karşıym seçeceğini işaretleyen katılımcıların, belirttikleri ifadelerle aynı oranda sosyal medyada çocuğunu paylaşan kişilere karşı olumsuz duygular beslemedikleri görülmüştür. Bununla birlikte bu kişilerin sosyal medyada çocuğunu paylaşan kişilere karşı uyarılarda bulunmadıkları da bir diğer sonuçtur. 'Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşım yapacak olursam ondan izin alırım ve medyada çocuğumu paylaşacak kişiler ondan izin almalıdır' ifadelerine kadınların erkeklere oranla daha fazla 'evet' yanıtını verdikleri de elde edilen bir diğer bulgudur.

6.3.2 Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Anket çalışmasının ilk bölümünde bireylerin sosyal medya kullanımı ve paylaşımları ile ilgili tutumlarına yönelik verilen ifadeler, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun sosyal medyada aktif olarak yer aldığını, paylaşımlar yaptığını ve paylaşımlarda bulunmayı sevdiğini göstermektedir. Bu sonuç, sosyal medyanın bireylerin hayatında var olduğu ve olumlu/olumsuz etkilere yol açtığı konusunda yapılan çıkarımları desteklemektedir. İlk bölümde elde edilen yanıtlardan yola çıkarak, katılımcıların yarısından fazlasının kendi bebeklik/çocukluk fotoğraflarının paylaşılması konusunda hassasiyet gösterdikleri, ailelerinin paylaşım konusunda kendilerinden izin almalarını doğru buldukları, herkesin erişimine açık bir şekilde paylaşılan çocuk fotoğraflarının ileriki yıllarda bireye rahatsızlık vereceğini düşündükleri ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların sosyal medyada bebeklik/çocukluk dönemine ait paylaşılmasından en çok rahatsız oldukları fotoğraf içeriklerinin banyo yaparken-çıplak fotoğraflar

ile mayolu-bikinili fotoğraflar olması, sosyal medyada mahremiyet olgusunun ihlal edilebildiğini, önemsenmesi gerektiğini ve bireylerin mahremiyet ihtiyacının arttığını göstermektedir. Sosyal medyayı kullanım amaçlarında, 'bilgi almak', 'insanların neler yaptığını görmek' ve 'sosyal ortamdan kopmamak' ifadelerinin en sık tercih edilen ifadeler olması, sosyal medyada yararlılık kavramının bireyler tarafından göz ardı edildiği anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bireylerin sosyal medyayı bilinçli ve kontrollü kullanımının düşük olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Çocuk sahibi olan ve sosyal medyada çocuğuyla ilgili paylaşımlarda bulunan katılımcıların paylaşım sebebi olarak 'içimden gelir' ifadesini yoğunluklu olarak tercih etmeleri de, sosyal medyayı bilinçli kullanmanın göz ardı edildiğini gösteren bir diğer sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medyada çocuğuyla ilgili paylaşımlar yapmayan katılımcıların ise, bunun sebebi olarak 'çocuk istismarcılarına kapı açabilir' ifadesini göstermeleri, istismar kavramının sosyal medyada ön plana çıkması anlamına gelmektedir. Katılımcıların ilk bölümde paylaşımlardan ötürü hissettikleri duygulara ağırlıklı olarak 'endişelendirir' yanıtını vermelerinde, çocuk istismarı kavramının etkili olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın son bölümünde çocuk sahibi olmayan katılımcıların, sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşımı ile ilgili düşünceleri yer almaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%83'ü) sosyal medyada çocuğunu paylaşan kişilerin çocuklarından izin almaları gerektiğini belirtmiştir. Ancak sosyal medyada fotoğraf paylaşılmasına karşı olan ailelerin paylaşmadan önce çocuklarından izin almaları gerektiğini düşünen katılımcılar, sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşan kişilere karşı pasif bir tutum sergilemektedirler. Onları uyarmadıklarını ve olumsuz duygular beslemediklerini belirtmeleri bu durumu açıklamaktadır.

7. Tartışma ve Sonuç

Toplumların sosyolojik farklılıkları olduğu gerçeği dikkate alındığında, çözümlerin etkili ve güçlü olabilmesi için ilgili toplumla yapılan çalışma ve analizlere dayalı olması gerekmektedir. Literatürde Türkiye kökenli sınırlı çalışmanın olması, bu çalışmada ele alınan mevcut probleme yönelik çözüm önerilerini de sınırlamaktadır. Ancak çalışmada toplumsal bir olay ve bu olaya yönelik bireylerin gösterdiği tutumları açıklamak adına niceliksel ve niteliksel araştırmalara başvurulmuştur.

Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşan fenomenlerin, bu fotoğrafları belirli bir zaman diliminde hangi içeriklere yönelik olarak ve hangi oranlarda paylaştıkları belirlenerek, mevcut problemin boyutu ortaya konmaya çalışılmıştır. 50 blogger ve 50 ünlü annenin Instagram hesaplarında 1 Nisan 2018 - 1 Temmuz

2018 tarihleri arasındaki 3 aylık zaman diliminde yaptıkları paylaşımların sayıları ve ortalamaları alınarak, fotoğrafların içeriklerine dair bilgiler elde edilmiştir. Analiz sonucunda blogger annelerin ünlü annelere göre, yakın takipçi sayılarına sahip olmalarına rağmen daha fazla çocuklu resim paylaştıkları, çocuklu resimlerinde daha fazla reklama yer verdikleri görülmüştür. Blogger annelerin yaptıkları paylaşımlar kendi içinde değerlendirildiğinde, çocuk içerikli fotoğrafların diğer fotoğraflara göre %58,6 lık bir oranla daha fazla paylaşıldığı sonucuna varılmıştır. Ünlü annelerin fotoğrafları incelendiğinde ise, çocuklu fotoğrafların oranı %25,5 olarak saptanmıştır. Bununla birlikte, blogger annelerin çocuklu fotoğraflarında reklamlı içeriklere %40,8 oranında yer verdikleri görülürken, ünlü annelerin %23,8 oranında çocukları aracılığıyla reklam yaptıkları görülmüştür. Bu sonuçlar, çocuk fotoğraflarının reklam amacıyla kullanıldığını ortaya koymakla birlikte, blogger annelerin bu eylemi düşük bir oranda yapmadıklarını da göstermiştir. Bir diğer analiz olan takipçi sayısı ile çocuklu fotoğraf sayısı arasında bulunan pozitif yönde, anlamlı ve güçlü korelasyon, fotoğrafların yalnızca paylaşan kişileri değil, takipçi olarak nitelendirdiğimiz bireylerin ve toplumun da beklentilerini karşılamak amacıyla paylaşıldığını düşündürmektedir. Takipçilerin sayısı, beğenileri, yorumları ve istekleri; fenomenlerin fotoğraf sayılarını ve dolayısıyla fotoğraf içeriklerini de doğrudan etkilemektedir. Elde edilen tüm bu sonuçlar ile; fenomen annelerin çocuk fotoğrafı içerikli paylaşımlarının diğer içerikteki paylaşımlara göre daha fazla olduğu ve fenomen annelerin çocuk fotoğraflarında reklamlara yer verdikleri varsayımları sınanmıştır.

Çalışmadaki diğer araştırma olan örnek olay çalışması, bir blogger annenin paylaşım yaptığı fotoğrafları dolayısıyla yaşadığı psikolojik ve hukuki süreçlerin irdelenmesi amacıyla yapılmıştır. Blogger anne Nihan Kayalıoğlu'na çocuklarının fotoğraflarını paylaşması ve bu fotoğraf/videoları aynı zamanda reklam amacıyla kullanması sebebiyle eşi tarafından açılan dava incelenmiştir. Bu çalışma sonucunda, medya organlarının olay sonrası blogger anneyi eleştiren tutumlara daha fazla yer verdikleri görülürken, yaklaşık 1 aylık süre içerisinde farklı görüşlere de yer verildiği ve olayın haber değerini kaybettiği görülmüştür. Buradan yola çıkarak, toplumun çocuk fotoğraflarının kontrolsüzce paylaşımı konusunda sahip olduğu düşünce ve algısının zaman içerisinde normalleştiği ve bu tür olaylara gösterdiği tepki ya da tutumların azaldığı açıktır. Nihan Kayalıoğlu'na açılan davada çocuk istismarına yol açabilecek paylaşımlarda bulunduğu gerekçesi yer alırken, bu çalışmada elde edilen veri analizleri sonucunda, aslında fenomen annelerin de aynı riskle karşı karşıya oldukları söylenebilir. Dolayısıyla bu çalışmanın asıl amacı olan, çocuk istismarı ve mahremiyet ihlali çerç-

vesinde çocuk fotoğrafları paylaşmanın oluşturduğu riskleri belirlemek, geniş kitleler tarafından takip edilen çocukların tehlikelere maruz kaldığı gerçeğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada yer verilen anket yönteminde, önceki araştırmalarda elde edilen bulgu ve değerlendirmeleri destekleyen sonuçlara ulaşılmıştır. Türkiye'nin farklı bölgelerinde ve farklı yerleşim birimlerinde yaşayan, farklı yaş gruplarından 850 katılımcının sosyal medyada yapılan paylaşımlarla ilgili duygu, düşünce ve davranışları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çalışma çok geniş kapsamlı bir kitleye ulaşması bakımından önem arz etmektedir. Anket sonuçlarına göre katılımcıların %76'sı sosyal medyada paylaşımlar yapmayı sevdiğini belirtmiştir. Tüm katılımcıların %67'si ise sosyal medyada çocuk fotoğraflarının rahatsızlık verebileceğini belirtmiştir. Rahatsızlık verebilecek içeriklerde ise en başta çocukların mahrem alanlarını ortaya koyabilecek fotoğrafların yer aldığı görülmüştür. Bununla birlikte sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşılmasına karşı olan katılımcılar ağırlıklı olarak 'çocuk istismarı' ve 'özel hayat' kavramlarını önemsemişlerdir. Bu bulgular ışığında çalışmanın temelini oluşturan; 'Sosyal medyada paylaşılan çocuk fotoğraflarının, çocukların özel anlarına ait görüntüleri içermesi çocukların mahremiyetini ihlal etmektedir.', 'Sosyal medyada yapılan paylaşımlar, bireyler üzerinde olumsuz duygu ve düşüncelere yol açmaktadır.' ve 'Ebeveynler genel olarak sosyal medyada paylaşılan çocuk fotoğraflarının oluşturabileceği risklere karşı önlem almayı ya da tepki göstermeyi tercih etmemektedirler.' varsayımları doğrulanmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşmanın çocuk istismarı ve mahremiyet üzerindeki etkilerinin değerlendirildiği bu çalışmada, toplumun da bu konular üzerinde durduğu, rahatsızlık duyduğu konuların var olduğu, endişe ve benzeri birtakım olumsuz duygular yaşadıkları ortaya konmuştur. Aynı zamanda toplumun, çocuk fotoğraflarının psiko-sosyal boyutlarının farkında olduğu ancak sosyal medya paylaşımları konusunda aktif tutumlar sergilemediği de elde edilen bir diğer sonuçtur.

Yapılan tüm araştırmalar ve edinilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde öncelikle sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşılmasının mahremiyet ihlaline olanak sağladığı ve günümüzde bu eylemin 'istismar' suçu ile davalara yol açtığı görülmüştür. Örnek olay çalışmasında medyanın dava sonucunu takip ve değerlendirmede istikrarlı bir tutum göstermemesi, bu konuda hem medya hem de toplum olarak bilinçli bir farkındalığa sahip olunmadığını göstermektedir. Anket araştırmasında ulaşılan, katılımcıların çoğunun sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın olumsuz sonuçlara yol açabildiği görüşüne sahip olduğu ancak tutumlarında buna yer vermediği sonucu ise, örnek olay çalışmasında elde edilen veriler ile ör-

tüşmektedir. Bireyler ve toplumun büyük bir çoğunluğu sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın oluşturduğu riskleri kabul ederken, sosyal medyayı kontrollü ve bilinçli kullanım konusunda yeterli farkındalığa sahip değildir. Bununla birlikte sosyal medyada geniş takipçi kitlesi olan ebeveynlerin büyük çoğunluğunun ise hem bu konuyla ilgili farkındalıklarının hem de tutumlarının diğer ebeveynlere göre daha düşük düzeyde olduğu görülmüştür. Bunda en büyük etkenin paylaşımlarında reklam unsurlarına yer vermeleri olduğu düşünülmektedir.

Çalışmanın diğer varsayımlarından birisi olan sosyal medyadaki çocuk hesaplarının çocuk istismarcıları tarafından çocuklara ulaşabilmek amacıyla kullanılabilmesi, yukarıda bahsedilen gerçek istismar olaylarından elde edilen bulgular ile sınıanmıştır. Bir diğer varsayım, 'Blogger annelerin sosyal medya hesaplarında ikiz annesi, stresli anne, uykusuz anne, koşturan anne vb. gibi bazı kavramları kullanarak anneliklerini ve kendilerini tanımladıkları görülmektedir.' ise blogger annelerin sosyal medya hesapları ve blog sitelerinden edinilen kaynaklar aracılığıyla sınıanmıştır (Burç, 2015; s. 9).

Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın oluşturduğu riskler çalışmada detaylı olarak incelenmiştir. Bu çalışmada ele alınan 'mahremiyet', 'istismar', 'pedofili' ve 'pornografi' olguları, sosyal medya platformlarında yer alan çocuk fotoğraflarından dolayı karşılaşılabilecek birer risk olarak görülmelidir. Sosyal medyada fotoğrafları paylaşılan çocukların özel fotoğraflarına herkesin erişebiliyor olması, aileleriyle ve diğer bireylerle olan ilişkilerini tehdit eden bir unsurdur.

Sosyal medyada fotoğrafları paylaşılan çocukların gelecekte hangi sorunlarla karşılaşabilecekleri, hem çıkarımsal tahminlerle, hem de hukuka yansımış gerçek olaylarla açıklanmaya çalışılmıştır. Bu konuyla ilgili olarak benzer olayların araştırılması, daha geniş çaplı analizlerin yapılması, konunun daha iyi anlaşılması ve topluma daha iyi ışık tutması açısından yerinde olacaktır. Bu çalışma aynı zamanda konunun iletişim boyutuna odaklanmış olup, hukuki boyutları ve psikolojik yönü ile diğer araştırmacılar ve uzmanlar tarafından da irdelenmelidir.

Yukarıda belirtilen bulgular, sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın bazı tehlikeler içerdiğiyle ve sınırlar çizilmesi gerektiğiyle ilgili çıkarım yapılmasını sağlamaktadır. Bu tehlikelerden korunmak adına dikkat edilmesi gereken hususlarla alakalı anne ve babalara çözüm önerilerinde bulunmak önem arz etmektedir. Özellikle çocuk fotoğrafları paylaşırken 'mahremiyet' olgusunu önemsemek adına çocukların özel bölgelerini gösterecek (Örneğin: bebeklerin özel bölgelerinin çıplak olduğu, bikinili ya da bezli) fotoğrafları paylaşmaktan kaçınılması gerekmektedir. Bu görüntüler 'pedofillerin' oluşturacağı tehlikelere yol açmaktadır.

Çocukların yaşadıkları ev, gittikleri okul, park ya da buldukları herhangi bir konum paylaşılmalıdır. Bu paylaşımlar her türlü özel bilginin erişime açık olmasını sağlayarak çocuk istismarcılarına fırsat sağlamaktadır. Aynı zamanda bu paylaşımların pedofillerin çocuklarla yakınlaşmalarını ya da onlara ait bilgilere erişmelerini kolaylaştıran bir faktör olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Anne-babaların her konuda olduğu gibi sosyal medya platformları konusunda da ortak hareket etmeleri, birbirlerinden haberdar olmaları ve birbirlerini sınırlar konusunda uyarabilmeleri gereklidir. Ele alınan örnek olayda anne ve babanın bu konuda yaşadığı bir iletişim problemi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla mahkeme sürecinde çocukların bu süreçten olumsuz etkilendikleri açıktır.

Çalışmada sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın birçok risk oluşturabileceği tespit edilmiştir. Ayrıca bu çalışmada özellikle son yıllarda bir meslek olarak karşımıza çıkan “blogger annelik” kavramı üzerinden örnek olay çalışması yapılarak; bazen dijital pazarlama ve reklam amacıyla, bazen de beğeni ya da sanal kimlik oluşturma amacıyla çocuk fotoğraflarının paylaşılmasının olumsuz etkilere yol açtığı belirlenmiştir. Ailelerin, uzmanların bu konudaki tavsiye ve uyarılarını dikkate almaları gerektiği ortaya konmuştur.

Sonuçlara bakıldığında, günümüzde sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanan bireylerin kesinlikle profesyonel bilgilendirmeye ihtiyaç duydukları görülmektedir. Teknolojinin ve internetin hayatımıza olan katkısı, kolaylığı ve her bilgiyi ulaşılabilir kılmayı yadsınamaz. Ancak sosyal medyayı bilinçli olarak kullanma konusunda yetkin olduğumuz hala söylenemez (Petronio, 2010). Çoğumuz bu yüzyılda çocuk olmanın bizim çocukluğumuzdakinden oldukça farklı olduğunu kabul etmekteyiz. Aynı şekilde birçok ebeveyn de kendi okul yıllarını ve klasik yöntemlerle alınan eğitimi özlemle yâd ettiğini belirtmektedir. Maalesef bütün bunlar geride kalmıştır ve çocuklarımız yepyeni şartlarda yaşamak ve eğitimlerini almak durumundayken ebeveynlerin de bu şartlara ayak uydurmak zorunda olduğu ortaya çıkmıştır. Yeni medya teknolojilerine ve sosyal medya ağlarına yetişmiş olan genç ebeveynler bile dijital teknolojinin kendileri ve çocukları üzerine olan etkisiyle tam olarak baş edebilecek durumda değildirler. Bu konuda özellikle ebeveynlerin ve toplumun her kesiminin yeni dijital teknoloji ve bilhassa sosyal medya paylaşımları konusunda eğitilmesi gerektiği açıktır. Bunu yapmanın bir yolu model/pilot okullar yoluyla ebeveynlerle çocukları hakkında sosyal medya konulu paylaşımlar yapılması ve/veya kamu spotu olarak bilinen eğitici yayınlar yapılması olabilir. Devlet kurumlarının ve kuruluşların da böyle bir çalışmada aktif olarak sorumluluk alması beklenebilir. Bu süreçteki bilinçli/doğal tartışmalar sayesinde ebeveynler çocuklarıyla ilgili hangi paylaşımların güvenli, sağlıklı ve mahremiyete

uygun olduğu, hangilerinin uygun olmadığı hakkında uygulamalı bir eğitim almış olacaktırlar.

Bütün bu bilgiler dikkate alındığında sosyal medya ağlarında paylaşım yapan ebeveynlerin dikkat etmesi gereken hususlardan birisi de; paylaşılan bilgilerin içeriği ve hitap edilen bireylerdir. Bu konuya ışık tutan 'Sosyal Fayda' kavramı, günümüzde çok bilinen bir terim olmamakla birlikte, oldukça önemlidir. Sosyal fayda; herhangi bir olay, etkinlik veya politika değişikliğinin bir bütün olarak topluma sağladığı yarar ve bireylerden başlayarak topluma olumlu dönüşümünü ifade etmektedir (Sosyal fayda nedir?). Buradan yola çıkarak, sosyal medyada herhangi bir eylemde bulunmadan önce, üç soruyu yanıtlamak faydalı olur. 1) Bu paylaşımın bana faydası nedir? 2) Paylaşımın, ulaştığı bireylere faydası nedir? 3) Bu paylaşımın topluma katkısı ve yararı nedir? Bunların dışında sorulacak en önemli soru: 'Paylaşımlarda kendim, yakınlarım ve çocuklarım için tehdit oluşturabilecek bir unsur var mı?' sorusudur. Ek olarak, her bireyin bilinçli olarak paylaşım yapmasını sağlayacak en önemli soru, paylaşım yapmadan önce 'bu paylaşımı yaparak ne elde etmek istiyorum' sorusudur. Bu sorunun cevabını dürüstçe verebilmek önemlidir. Sosyal medya gibi verilerin hızlı aktığı platformlarda dürtüsel, anlık istek/hevesle davrandığımızı göz önünde bulundurmalıyız. Bu dürtüsellik nedeniyle de mutlaka bir paylaşım yapma ihtiyacına yada duygusuna kapılmak mümkündür. Dürtüsel davranmanın önüne geçebilecek yegane şey bilinçli bir özdenetimdir. Bireylerin yukarıdaki soruları kendilerine sormaları; otokontrol sağlama ve sosyal medyada karşılaşılabilecek tehlikelere karşı kendilerini koruma açısından olumlu bir etki sağlar. Dolayısıyla bu soruların bir tür güvenlik filtresi olduğu söylenebilir.

Yukarıda bahsedilen yöntem, yüzyıllar önce Sokrates tarafından uygulanmış ve bir dedikoduyu engellemek amacıyla kullanılmıştır. Sokrates'in Konuşma Testi ya da Sokrates'in Üçlü Filtresi olarak bilinen bu yöntemde Sokrates, paylaşılan bir bilgide 'gerçeklik', 'iyilik' ve 'yararlılık' olmak üzere üç temel unsuru vurgulamıştır (Sokrates'ten hayat dersi niteliğinde 10 anektod). Bu yöntemin asıl hedefi, herkese açık bilginin birey ve toplum açısından faydalı ve güvenilir olup olmadığının belirlenmesidir. Sokrates'in üçlü filtre yöntemi günümüzdeki sosyal medya paylaşımlarıyla ilişkilendirildiğinde, edinilen bilgilerin ve gelişen olayların sosyal medyada paylaşılmadan önce bir tür kontrol mekanizmasından geçirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Güvenlik açısından başta çocuklara dair paylaşımlar olmak üzere, sosyal medyada yer alan her türlü paylaşımında bu yöntemi kullanmak olası tehlikeleri tamamen ortadan kaldırmaya bile büyük oranda azaltacaktır.

8. Son Notlar

Bireylerin Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşımı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Anket Formu

	Katlıyorum	Kismen Katlıyorum	Kararsızım	Kismen Katılmıyorum	Katılmıyorum
1. Sosyal medyada fotoğraf ve video paylaşmayı severim.					
2. Sosyal medyada kendi fotoğraflarımı paylaşmayı severim.					
3. Sosyal medyada kendi fotoğraflarımı paylaşmayı sevmem.					
4. Sosyal medyada bebekliğime ya da çocukluğuma ait fotoğraf paylaşmayı severim.					
5. Sosyal medyada ailem tarafından paylaşılmış çocukluğuma ya da bebekliğime dair rahatsız olduğum fotoğraf ve videolarım var.					
6. Sosyal medyada ailem tarafından bile olsa iznim olmadan fotoğraflarımın paylaşılmasından rahatsız olurum.					
7. Ailemin çocukluk ya da bebeklik fotoğraflarımı paylaşmadan önce benden izin almasını isterim.					

8. Sosyal medyada iznim olmadan bebekliğime ya da çocukluğuma dair beni rahatsız edebilecek paylaşımlarda bulunan kişileri şikâyet etmek isterim.					
9. Paylaştığım fotoğraf ve videoların altına aile üyeleri ya da akrabalarımın yorum yapmasından rahatsızlık duyarım.					
10. Sosyal medya hesaplarımdan engellediğim aile üyeleri ya da akrabalarım var.					
11. İnsanların gerçek hayattaki kimlikleri ile sosyal medyadaki kimlikleri arasında farklar olduğunu düşünüyorum.					
12. Sosyal medyada paylaştığım fotoğraflarda genelde photoshop ya da filtreleme kullanırım.					
13. Bir bebeğin ya da çocuğun fotoğraflarının çıplak olmasa bile herkese açık şekilde paylaşılması bence yanlıştır.					
14. 20 yıl sonra, çocukluğuna ait yüzlerce fotoğrafı herkesin erişimine açık olan bir kişi bundan rahatsızlık duyar.					
15. Fotoğraf ya da videoda ne kadar beğeni var ise o kadar güzel olduğunu düşünürüm.					

Kaynakça

- 5 soruda Facebook verilerini 'usulsüz kullanmakla' suçlanan Cambridge Analytica. (2018, 20 Mart). (Erişim Tarihi: 21.05.2017). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-43469094>.
- Ahi, G. (2016, 14 Ekim). *Sosyal ağlar ve çocukların mahremiyeti*. (Erişim Tarihi: 20.10.2017). <http://digitalage.com.tr/makale/sosyal-aglar-ve-cocuklarin-mahremiyeti/>.
- Akyüz, E. (2010). Çocuk Hukuku. Ankara: Pegem Akademi.
- Alikaşifoğlu, M. (trs.). İnternet kullanımı ve çocuk ve ergen sağlığı. Türk Pediatri Kurumu. (Erişim Tarihi: 10.07.2018). https://www.tbmm.gov.tr/arastirma_komisyonlari/bilisim_internet/docs/Turk_Pediatri_Kurumu_internet%20Kullanimi%20ve%20cocuk-Ergen-sagligi.pdf.
- Alver, F. (2001). Alman basınında Türkler ve Türkiye. *Kurgu Dergisi*, (18), ss. 135-155.
- Amerikan Psikiyatri Birliği. (2004). *Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı*, E. Köroğlu (Çev.)
- 'Blogger' anneye şok suçlamalar!. (2017, 30 Haziran). (Erişim Tarihi: 25.10.2017). <http://www.milliyet.com.tr/-blogger-anneye-sok-suclamalar--gundem-2476795/>.
- Blogger anne'nin savunması: Şiddet gördüm, eşim de paylaşımda yer aldı. (2017, 04 Temmuz). (Erişim Tarihi: 25.10.2017). <http://www.diken.com.tr/blogger-annenin-savunmasi-siddet-gordum-esim-de-paylasimda-yer-aldi/>.
- Blogger annenin isyanı: kocam da aynı paylaşımların içinde vardı!. (2017, 04 Temmuz). (Erişim Tarihi: 23.10.2017). <https://www.ntv.com.tr/turkiye/blogger-annenin-isyani-kocam-da-ayni-paylasimlarin-icinde-vardi,0Oq1W0nULk2yjf5uxbOMQ>.
- Blogger annenin isyanı: şiddet gördüm, eşim de aynı paylaşımların içinde vardı!. (2017, 04 Temmuz). (Erişim Tarihi: 25.10.2017). <https://www.haberler.com/blogger-anne-isyan-etti-siddet-gordum-esim-9792875-haberi/>.
- Blogger anneye 'çocuk istismarı' suçlaması. (2017, 30 Haziran). (Erişim Tarihi: 25.20.2017). <https://www.birgun.net/haber-detay/blogger-anneye-cocuk-istismari-suclamasi-167454.html>.
- Burç, E. P. (2015). Popüler kültür ve annelik: anneliğin farklı görünüşleri. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar Dergisi*, ss. 1-15.
- Çağdaş, U. (2017, 04 Temmuz). Çocuklarımı elimden aldılar ama kocam da aynı paylaşımlardaydı. (Erişim Tarihi: 25.10.2017). <http://www.gazetevatan.com/cocuklarimi-elimden-aldilar-ama-kocam-da-ayni-paylasimlardaydi-1081662-gundem/>.
- Çağlar, S. & Savaşer, S. (2010). İnternet ve çocuk pornografisi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1), 1001-1008.
- Çocuğunuzun resmini internete koymayın. (2009, 04 Kasım). (Erişim Tarihi: 21.05.2017). <http://www.cocukhaklariizleme.org/cocugunuzun-resmini-internete-koymayin>.
- Çocuk cinsel istismarı ve zor açığa çıkması. (Erişim Tarihi: 12.07.2018). http://www.psikiyatri.org.tr/uploadFiles/219201618057-CocukCinsel_istismar_bilgilendirme_dosyasi.pdf.
- Çocuk haklarına dair sözleşme. (Erişim Tarihi: 12.07.2018). https://www.unicef.org/turkey/crc/_cr23e.html.

- Çocuk istismarı nedir?. (2012, 23 Kasım). (Erişim Tarihi: 12.07.2018). <http://www.adlitip.org/cocuk-istismari-nedir/>.
- Çocuk istismarında tüyler ürperten veriler. (Erişim Tarihi: 16.07.2018). <https://www.gercekgundem.com/siyaset/1019/cocuk-istismarinda-tuyler-urpeten-veriler>.
- Çocuklar Facebook'ta fotoğraflarını paylaşan ailelerine dava açabilir. (2017, 02 Mart). (Erişim Tarihi: 21.05.2017). https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/03/160302_facebook_ebeveynlere_uyari.
- Çocuklara sosyal medyadan cinsel istismar şüphelisi tutuklandı. (2017, 01 Şubat). (Erişim tarihi: 16.07.2018). <http://www.milliyet.com.tr/cocuklara-sosyal-medyadan-cinsel-gundem-2388912/>.
- Çocukların Cinsel İstismarına İlişkin Materyaller veya Çocuk Pornografisi. (Erişim Tarihi: 11.07.2018). http://www.ecpat-org/wp-content/uploads/2016/04/Manifestations-factsheets-SECO_-_Turkish-4.pdf.
- Dijital vatandaşlık nedir?. (2017, 20 Aralık). (Erişim Tarihi: 16.07.2017). <http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/dijital-vatandaslik-nedir-40684448>.
- Doğan, B. (trs.). İnternette unutulma hakkı nedir?. (Erişim Tarihi: 16.07.2018). <https://barandogan.av.tr/blog/ceza-hukuku/internette-unutulma-hakki-ve-icerigin-haberin-kaldirilmesi.html>.
- Erdoğan, A. (2010). Pedofili: Klinik Özellikleri, Nedenleri ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 2(2), ss.132-160.
- Facebook knows you better than anyone else. (2015, 19 Ocak). (Erişim Tarihi: 21.05.2017). <https://www.nytimes.com/2015/01/20/science/facebook-knows-you-better-than-anyone-else.html/>.
- Güner, H. (2013). Bilişim, Çocuklar – Etki, Mağduriyet ve Sonuçlar. Çocuk ve Bilişim Risk Altında ve Korunma Gereken Çocuklar Serisi -4 içinde, 31-57.
- Her istismarcı pedofil değil. (Erişim Tarihi: 16.07.2018). <http://www.vitae.gen.tr/?p=8021>.
- İHD: Türkiye cinsel istismarda 3. sırada, 16 yılda 440 bin çocuk doğum yaptı. (2018, 10 Haziran). (Erişim Tarihi: 16.07.2018). <https://tr.sputniknews.com/turkiye/201806101033803155-ihd-turkiye-cinsel-istismar-cocuk-dogum/-s-ç>
- Instagram'ın en popüler Türk bebekleri/çocukları. (2017, 05 Ekim). (Erişim Tarihi: 16.07.2018). <http://www.hurriyetaile.com/fotogaleri/sizin-icin/instagramin-en-populer-turk-bebekleri---cocuklari-3655#p-1>.
- Internet Moms: Reaching moms in the digital age. (Erişim Tarihi: 18.10.2017). <http://mompreneurasia.com/wahmebooks/InternetMoms.pdf>.
- Kelion, L. (2017, 03 Ağustos). Posting children's photos on social media divides nation. (Erişim Tarihi: 18.10.2017) <http://www.bbc.com/news/technology-40804041>.
- Kinsey J. (1987). The use of children in advertising and the impact of advertising aimed at children. *International Journal of Advertising*, 6(2), 169.
- Knapton, S. (2015, 12 Ocak). Facebook knows you better than your members of your own family. (Erişim tarihi: 21.05.2017). <https://www.telegraph.co.uk/news/science/science-news/11340166/Facebook-knows-you-better-than-your-members-of-your-own-family.html>.
- Kurt, Ö. (2017, 08 Temmuz). Blogger anneler teşhirci mi?. (Erişim Tarihi: 25.10.2017). <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/omur-kurt/blogger-anneler-teshirci-mi-40513007>.

- Lupton, D. & Williamson, B. (2017). The datafied child: The dataveillance of children and implications for their rights. *New Media & Society*, 19(5), 780-94.
- Minkus, T., Liu, K. & Ross, K. (2015). Children seen but not heard: when parents compromise children's online privacy. *International World Wide Web Conference (IW3C2)*. Florence, Italy, 1-11.
- Moser, C., Chen, T. & Schoenebeck, S. (2017). Parents' and children's preferences about parents sharing about children on social media. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Colorado, USA, 5221-5.
- O'Keeffe, G. S. & Clarke-Pearson, K. (2011). Clinical report - the impact of social media on children, adolescents, and families. *American Academy of Pediatrics*, 127(4), 800-4.
- Oğlunun fotoğraflarını izinsiz sosyal medyada paylaşan anne suçlu bulundu. (2018, 08 Ocak). (Erişim Tarihi: 21.05.2018). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-42604622>.
- Okullarda Sosyal Medyanın Kullanımına Yönelik Genelge. (2017, 07 Mart). *Milli Eğitim Bakanlığı Hukuk İşleri Genel Müdürlüğü*. (Erişim Tarihi: 25.10.2017). http://mevzuat.meb.gov.tr/html/sosyalmedya/sosyalmedya_0.html.
- Orton-Johnson, K. (2017). Mummy blogs and representations of motherhood: "bad mummies" and their readers. *Social Media + Society*. 3(2) doi: 2056305117707186.
- Otero, P. (2017). Sharenting... should children's lives be disclosed on social media?. *Archivos Argentinos de Pediatría*, 115(5), 412.
- Öz, E. & Turancı, E. (20-04-2016). Sağlık iletişimi açısından blogger annelerin kişisel blogları üzerine bir inceleme. (Erişim Tarihi: 08-08-2018). <https://fesraoz.blogspot.com/2017/04/saglik-iletisimi-acisindan-blogger.html>.
- Özbey, İ. (2018, 09 Temmuz). Katil aramaya katılır, aileyle ağlar. (Erişim Tarihi: 09-07-2018). <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/katil-aramaya-katilir-aileyle-aglar-40890529>.
- Parents on social media: likes and dislikes of sharenting. (2015, Mart). *C.S. Mott Children's Hospital*, 23(2).
- Pedagog görüşü dava seyrini değiştirdi; mahkeme çocukların velayetini bloger anneye verdi. (2017, 25 Temmuz). (Erişim Tarihi: 25.10.2017). <http://t24.com.tr/haber/pedagog-gorusu-dava-seyrini-degistirdi-mahkeme-cocuklarin-velayetini-bloger-anneye-verdi,416142>.
- Pedagoji Derneği. (2017, 11 Aralık). Çocuk istismarına hayır. (Erişim Tarihi: 16.07.2018). <https://pedagojidernegi.com/sosyal-medyada-cocuk-istismarina-hayir/>.
- Pedofil çocuk doktoruna 13 yıl hapis ve meslekten men cezası. (2016, 16 Mart). (Erişim Tarihi: 16.07.2018). <https://www.haberler.com/pedofili-cocuk-doktoruna-13-yil-hapis-ve-meslekten-8243635-haberi/>.
- Petronio, S. (2010). Communication privacy management theory: what do we know about family privacy regulation?. *Journal of Family Theory & Review*, 2(3), 175-96.
- Polat, O. (2007). *Tüm Boyutlarıyla Çocuk İstismarı-1*. İstanbul: Seçkin.
- Quayle, E. & Taylor, M. (2003). Model of problematic Internet use in people with a sexual interest in children. *Cyberpsychol Behav*, 6(93), s.106.
- Rouse, M. (2016, Eylül). *Socialmedia*. (Erişim Tarihi: 16.10.2017). <http://whatis.techtarget.com/definition/social-media>.

- Ruddick, G. (2017, 03 Ağustos). The 'sharenting' divide: half UK parents do not post children's pictures. (Erişim Tarihi: 18.10.2017). <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/aug/03/the-sharenting-divide-half-uk-parents-do-not-post-childrens-pictures>.
- Sokrates'ten hayat dersi niteliğinde 10 anektod. (Erişim Tarihi: 01.05.2018). <http://www.tarihiolaylar.com/galeriler/sokrates-ten-hayat-dersi-niteliğinde-10-anektod-517>.
- Sosyal fayda nedir?. (Erişim Tarihi: 16.07.2018). <http://www.sozce.com/nedir/286930-sosyal-fayda>.
- Sosyal medyada çocuk tacizi var!. (2018, 13 Temmuz). (Erişim Tarihi: 13.07.2018). <http://www.internethaber.com/sosyal-medyada-cocuk-tacizi-var-foto-galerisi-1577290.htm/>.
- Sosyal medyadan tanıştığı çocuğu istismar etmek istedi. (2017, 26 Şubat). (Erişim Tarihi: 16.07.2018). <http://www.star.com.tr/guncel/sosyal-medyadan-tanistigi-cocugu-istismar-etmek-istedi-haber-1190804/>.
- Steinberg, S. B. (2017). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory Law Journal*, (66), 839-84.
- Şahin, M. & Gülnar, B. (2016). İletişim korkusu ve internet kullanımı ilişkisi: Türkiye'deki üniversite öğrencileri arasında bir alan araştırması. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 9.
- Understanding and preventing child abuse and neglect. (Erişim Tarihi: 12.07.2018). <http://www.apa.org/pi/families/resources/understanding-child-abuse.aspx>.
- Ünlü blogger Nihan Kayalioğlu'na mahkemeden kötü haber. (2017, 30 Haziran). (Erişim tarihi: 23.10.2017). <http://www.bursadabugun.com/haber/unlu-blogger-nihan-kayalioglu-na-mahkemeden-kotu-haber-845472.html>.
- Whitehead, D. (2015). The Evidence of Things Unseen: Authenticity and Fraud in the Christian Mommy Blogosphere. *Journal of the American Academy of Religion*, 83(1), 120-150.
- Wiggins, K. (2016, 03 Kasım). Çocukların fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmak iyi bir fikir mi?. (Erişim Tarihi: 21.05.2018). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-37846302>.
- Yargıtay'dan kritik karar: sosyal medyada kullanılan fotoğrafı kullanmak suç sayılmaz. (Erişim Tarihi: 21.05.2017). <http://t24.com.tr/haber/yargitay-facebook-hesabindan-fotograf-almak-suc-degil,317013>.
- Yeğenine tacizde bulunan şahsı hem dövdü hem kameraya aldı. (2016, 23 Eylül). (Erişim Tarihi: 21.05.2017). <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/yezenine-tacizde-bulunan-sahsi-hem-dovdu-hem-kameraya-aldi-40229731>.
- Yelsalı, P. & Pınar, M. (2012). Digital opportunities for social transition: blogosphere and motherhood in Turkey. *Fe Dergi*, 4(1), 123-134.
- Yeni nesil internet anneleri dikkat!. (2016, 15 Nisan). (Erişim Tarihi: 18.10.2017). http://www.globalekonomi.com.tr/keyif/haber/19493/o_fotograflari_paylasirken_bir_kez_daha_dusunun.html.
- Yüksel, M. (2003). Mahremiyet hakkına ve bireysel özgürlüklere felsefi yaklaşımlar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(1), 5-11.

Tablolar

'Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşımı Üzerine Bir Araştırma: Blogger Anneler ile Ünlü Annelerin Instagram Fotoğraflarının İçerikleri' Konulu Araştırmaya Ait Tablolar

Tablo 1. 1 Nisan – 1 Temmuz Tarihleri Arasında Blogger ve Ünlü Annelerin Paylaştıkları Toplam Fotoğraf Sayısı

	Toplam Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçeren Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçermeyen Fotoğraf Sayısı	Çocuk ve Reklam İçeren Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçeren Reklamsız Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçermeyen Reklamlı Fotoğraf Sayısı	Çocuk ve Reklam İçermeyen Fotoğraf Sayısı
Blogger Annelerin Toplam Verileri	6.245	3.662	2.562	1.497	2.165	1.710	859
Ünlü Annelerin Toplam Verileri	4.055	1.033	3.025	246	786	1487	1538
Blogger ve Ünlü Annelerin Toplam Verileri	10.300	4.695	5.587	1.743	2.951	3.197	2.397

Tablo 2. Blogger Annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz Tarihleri Arasında Paylaştıkları Çocuklu ve Çocuksuz Fotoğraf Sayılarının Ortalamaları

Blogger Annelerin 1 Nisan - 1 Temmuz Arasındaki Fotoğraf Paylaşımları^a

		1 Nisan 1 Temmuz Arasındaki Toplam Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçeren Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçermeyen Fotoğraf Sayısı
N	Valid	50	50	50
	Missing	00		0
Mean		124,50	73,24	51,24
Median		120,50	61,50	40,50
Std. Deviation		60,188	48,884	40,543

a. Katılımcı ünlü mü blogger mı= blogger

Tablo 3. Ünlü Annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz Tarihleri Arasında Paylaştıkları Çocuklu ve Çocuksuz Fotoğraf Sayılarının Ortalamaları

Ünlü Annelerin 1 Nisan - 1 Temmuz Arasındaki Fotoğraf Paylaşımları^a

		1 Nisan 1 Temmuz Arasındaki Toplam Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçeren Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçermeyen Fotoğraf Sayısı
N	Valid	50	50	50
	Missing	00		0
Mean		81,10	20,66	60,30
Median		65,50	17,00	43,00
Std. Deviation		58,555	14,495	51,606

a. Katılımcı ünlü mü blogger mı= ünlü

Tablo 4. Blogger Annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz Tarihleri Arasında Paylaştıkları Çocuklu Reklamlı ve Çocuklu Reklamsız Fotoğraf Sayılarının Ortalamaları

		Blogger Annelerin Çocuklu Fotoğraf Paylaşımları ^a		
		Çocuk İçeren Fotoğraf Sayısı	Çocuk ve Reklam İçeren Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçeren Reklamsız Fotoğraf Sayısı
N	Valid	50	50	50
	Missing	00		0
Mean		73,24	29,94	43,30
Median		61,50	23,50	36,00
Std. Deviation		48,884	27,097	36,107

a. Ünlü - blogger sınıflandırması = blogger

Tablo 5. Ünlü Annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz Tarihleri Arasında Paylaştıkları Çocuklu Reklamlı ve Çocuklu Reklamsız Fotoğraf Sayılarının Ortalamaları

		Ünlü Annelerin Çocuklu Fotoğraf Paylaşımları ^a		
		Çocuk İçeren Fotoğraf Sayısı	Çocuk ve Reklam İçeren Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçeren Reklamsız Fotoğraf Sayısı
N	Valid	50	50	50
	Missing	00		0
Mean		20,66	4,92	15,72
Median		17,00	2,50	12,00
Std. Deviation		14,495	5,851	12,112

a. Ünlü - blogger sınıflandırması = ünlü

Tablo 6. Blogger Annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz Tarihleri Arasında Paylaştıkları Çocuk-suz Reklamlı ve Çocuksuz Reklamsız Fotoğraf Sayılarının Ortalamaları

		Blogger Annelerin Çocuksuz Fotoğraf Paylaşımları ^a		
		Çocuk İçermeyen Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçermeyen Reklamlı Fotoğraf Sayısı	Çocuk ve Reklam İçermeyen Fotoğraf Sayısı
N	Valid	50	50	50
	Missing	00		0
Mean		51,24	34,20	17,18
Median		40,50	24,00	10,00
Std. Deviation		40,543	28,357	20,143

a. Ünlü - blogger sınıflandırması = blogger

Tablo 7. Ünlü Annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz Tarihleri Arasında Paylaştıkları Çocuksuz Reklamlı ve Çocuksuz Reklamsız Fotoğraf Sayılarının Ortalamaları

		Ünlü Annelerin Çocuksuz Fotoğraf Oranları ^a		
		Çocuk İçermeyen Fotoğraf Sayısı	Çocuk İçermeyen Reklamlı Fotoğraf Sayısı	Çocuk ve Reklam İçermeyen Fotoğraf Sayısı
N	Valid	50	50	50
	Missing	00		0
Mean		60,30	29,74	30,76
Median		43,00	16,50	23,50
Std. Deviation		51,606	30,049	28,417

a. Ünlü - blogger sınıflandırması = ünlü

Tablo 8. Blogger Annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz Tarihleri Arasında Paylaştıkları Reklamlı ve Reklamsız Toplam Fotoğraf Sayılarının Ortalamaları**Blogger Annelerin Reklam İçeren ve Reklam İçermeyen Fotoğraf Paylaşımları^a**

		1 Nisan - 1 Temmuz Toplam Fotoğraf Sayısı	Çocuk ve Reklam İçeren Fotoğraf Sayısı	Çocuk ve Reklam İçermeyen Fotoğraf Sayısı
N	Valid	50	50	50
	Missing	00		0
Mean		124,90	29,94	17,18
Median		120,50	23,50	10,00
Std. Deviation		60,188	27,097	20,143

a. Ünlü - blogger sınıflandırması = blogger

Tablo 9. Ünlü Annelerin 1 Nisan – 1 Temmuz Tarihleri Arasında Paylaştıkları Reklamlı ve Reklamsız Toplam Fotoğraf Sayılarının Ortalamaları**Ünlü Annelerin Reklam İçeren ve Reklam İçermeyen Fotoğraf Paylaşımları^a**

		1 Nisan - 1 Temmuz Toplam Fotoğraf Sayısı	Çocuk ve Reklam İçeren Fotoğraf Sayısı	Çocuk ve Reklam İçermeyen Fotoğraf Sayısı
N	Valid	50	50	50
	Missing	00		0
Mean		81,10	4,92	30,76
Median		65,50	2,50	23,50
Std. Deviation		58,555	5,851	28,417

a. Ünlü - blogger sınıflandırması = ünlü

Tablo 10. Takipçi Sayıları Eşdeğer Blogger ve Ünlü Annelerin Fotoğraf Sayıları ve İçeriklerinin Benzerlik Yüzdeleri

Ünlü Katılımcı	Blogger Katılımcı	Ünlü Takipçi Sayısı	Blogger Takipçi Sayısı	Toplam-Fotoğraf Sayısı	Çocuklu Reklamlı Fotoğraf Sayısı	Çocuksuz Reklamsız Fotoğraf Sayısı	Çocuklu Reklamlı Fotoğraf Benzerlik Yüzdesi	Toplam Fotoğraf Benzerlik Yüzdesi	Çocuksuz Reklamsız-Fotoğraf Benzerlik Yüzdesi
A Kişisi	B Kişisi	572.000	576.000	122/81	6/4	5/37	%66.67	%66.39	%13.51
C Kişisi	D Kişisi	481.000	486.000	285/158	7/29	34/57	%24.13	%55.44	%24.14
E Kişisi	F Kişisi	440.000	438.000	83/108	4/1	39/87	%25	%76.85	%25
G Kişisi	H Kişisi	307.000	303.000	111/203	2/85	8/41	%2.35	%54.68	%2.35
I Kişisi	İ Kişisi	261.000	257.000	54/288	6/57	35/140	%10.53	%18.75	%10.53
M Kişisi	N Kişisi	213.000	214.000	37/82	1/26	6/35	%3.85	%45.12	%3.85

Ünlü Katılımcı	Blogger Katılımcı	Ünlü Takipçi Sayısı	Blogger Takipçi Sayısı	Toplam-Fotoğraf Sayısı	Çocuklu Reklamlı Fotoğraf Sayısı	Çocuksuz Reklamsız Fotoğraf Sayısı	Çocuklu Reklamlı Fotoğraf Benzerlik Yüzdesi	Toplam Fotoğraf Benzerlik Yüzdesi	Çocuksuz Reklamsız-Fotoğraf Benzerlik Yüzdesi
O Kişisi	Ö Kişisi	198.000	199.000	44/42	2/14	11/6	%14.29	%95.45	%54.54
P Kişisi	R Kişisi	177.000	177.000	114/50	3/17	9/20	%17.65	%43.86	%45
S Kişisi	Ş Kişisi	168.000	170.000	119/161	30/76	6/37	%39.47	%73.91	%16.22

	Milliyet	Birgün	Bursa'da Bugün	Vatan	Hürriyet	NTV	Cumhuriyet	Star	Toplam Haber Sayısı
30.06.2017	"Blogger Anneye Şok Suçlamalar"	"Blogger Anneye Çocuk İstismarı Suçlaması"	"Ünlü Blogger Nihan Kayaloğlu'na Mahkemenen Kötü Haber"	"Blogger Anneye Çocuk İstismarı Suçlaması!"			"Blogger Anneye Şok Suçlamalar"		5
04.07.2017						"Blogger Annenin İşneden Şiddet İddiası: Çocuklarımı Elimden Aldılar Ama Kocam da Aynı Paylaşımların İçinde Vardı!"	"Blogger Anneden Şiddet İddiası: Çocuklarımı Elimden Aldılar Ama Kocam da Aynı Paylaşımlardaydı"		2
07.07.2017								"Çocuğunuzun Özel Hayatına Saygı Duyun"	1
08.07.2017					Blogger Anneler Teşhirci mi?				1
09.07.2017	"Dikkat Çocuk var!"								1
24.07.2017							"Pedagog Görüşü Dava Seyrini Değiştirdi; Mahkeme Çocukların Velayetini Blogger Anneye Verdi"		1
Genel Toplam	2	1	1	1	1	1	3	1	11

Tablo 11. 30.06.2017 – 24.07.2017 Tarihleri Arasında Nihan Kayalıoğlu ile İlgili Yapılan İnternet Haberi Başlıkları

	Milliyet	Birgün	Bursa'da Bugün	Vatan	Hürriyet	NTV	Cumhuriyet	Star	Toplam Haber Sayısı
30.06.2017	"Blogger Anneye şok Suçlamalar"	"Blogger Anneye Çocuk İstismarı Suçlaması"	"Ünlü Blogger Nihan Kayalıoğlu'na Mahkemeden Kötü Haber"	"Blogger Anneye Çocuk İstismarı Suçlaması!"			"Blogger Anneye şok Suçlamalar"		5
04.07.2017						"Blogger Annenin İsyanı: Kocam da Aynı Paylaşımın İçinde Vardı!"	"Blogger Anneden Şiddet İddiası: Çocuklarını Elimden Aldılar Ama Kocam da Aynı Paylaşımdaydı"		2
07.07.2017								"Çocuğunuzun Özel Hayatına Saygı Duyun"	1
08.07.2017					Blogger Anneler Teşhirci mi?				1
09.07.2017	"Dikkat Çocuk var!"								1
24.07.2017							"Pedagog Görüşü Dava Seyrini Değiştirdi; Mahkeme Çocukların Velayetini Blogger Anneye Verdi"		1
Genel Toplam	2	1	1	1	1	1	3	1	11

‘Sosyal Medyada Çocuk Fotoğraflarının Paylaşılmasının Riskleri Açısından Bir Örnek Olay Çalışması: Blogger Anne Nihan Kayalioğlu Olayı’ Konulu Araştırmaya Ait Tablolar

Tablo 12. 30.06.2017 – 24.07.2017 Tarihleri Arasında İnternet Haberlerinin Nihan Kayalioğlu Olayı ile İlgili Tutumları

	Açıklayıcı Haber Kaynakları / Başlıkları	Eleştirel Haber Kaynakları / Başlıkları
30.06.2017		Milliyet/ Blogger Anne’ye Şok Suçlamalar Bursa’da Bugün/ Ünlü Blogger Nihan Kayalioğlu’na Mahkemededen Kötü Haber Gazete Vatan/Blogger Anneye Çocuk İstismarı Suçlaması Cumhuriyet/ Blogger Anneye Şok Suçlamalar Birgün/ Blogger Anneye Çocuk İstismarı Suçlaması
04.07.2017	NTV/ “Blogger Annenin İsyanı: Kocam da Aynı Paylaşımların İçinde Vardı!” Cumhuriyet/ “Blogger Anneden Şiddet İddiası: Çocuklarımı Elimden Aldılar Ama Kocam da Aynı Paylaşımlardaydı”	
07.07.2017		Star/ Çocuğunuzun Özel Hayatına Saygı Duyun
08.07.2017		Hürriyet / Blogger Anneler Teşirci mi?
09.07.2017		Milliyet / Dikkat Çocuk Var
24.07.2017	Cumhuriyet / Pedagog Görüşü Dava Seyrini Değiştirdi; Mahkeme Çocukların Velayetini Blogger Anneye Verdi	

‘Bireylerin Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşımı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Anket Çalışması’ Konulu Araştırmaya Ait Tablolar

Tablo 13. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Sınıflandırılmış Demografik Özellikler	Katılımcı Sayısı	Katılımcı Yüzdesi
Doğum Yılı	1965 – 1974	179	%21
	1975 – 1984	198	%23,3
	1985 – 1994	219	%25,7
	1995 – 2004	254	%29,9
Cinsiyet	Kadın	201	%76,1
	Erkek	647	% 23,6
	LGBTI+	2	% 0,2
Yerleşim Bölgesi	Marmara Bölgesi	441	%51,9
	Ege Bölgesi	162	%19
	İç Bölgesi	105	%12,3
	Akdeniz Bölgesi	65	%7,6
	Karadeniz Bölgesi	38	%4,5
	Doğu Anadolu Bölgesi	18	%2,1
Yerleşim Birimi	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	21	%2,5
	Metropol	478	%56,2
	Şehir Merkezi	300	%35,3
	Kasaba, Bucak	51	%6
	Köy, Mezra	21	%2,5
Medeni Durum	Bekar	524	%61,6
	Evli	326	%38,3
Eğitim Durumu	İlkokul	7	%0,7
	Ortaokul	13	%1,5
	Lise	102	%12
	Üniversite	590	%69,4
	Yüksek Lisans ve Üstü	138	%16,2

Tablo 14. Katılımcıların Sosyal Medyada Paylaşılan Fotoğrafların İçerikleriyle İlgili Seçimleri

Sosyal medyada genelde ... fotoğrafları paylaşıyorum.	İşaretleyen Katılımcı Sayısı	İşaretleyen Katılımcı Yüzdeliği
Tek olduğum	371	% 26,2
Manzara	436	% 30,8
Toplu (aile, arkadaş vb.)	516	% 36,5
Çocuğumun olduğu	92	% 6,5

Tablo 15. Sosyal Medyada Kendi Çocukluk Fotoğraflarının Paylaşılmasından Rahatsızlık Duyan/Duymayan Katılımcıların Seçimleri

Sosyal medyada bebekliğime ya da çocukluğuma ait ... fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder/etmez.	İşaretleyen Katılımcı Sayısı	İşaretleyen Katılımcı Yüzdeliği
Banyo yaparken-çıplak fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder.	556	% 35,6
Sünnet fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder.	143	% 9,1
Hastane fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder.	268	% 17,1
Okul fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder.	33	% 2,1
Toplu aile fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder.	17	% 1,1
Bikini – mayolu fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder.	287	% 18,4
Her çeşit fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız eder.	200	% 12,8
Herhangi bir fotoğrafımın paylaşılması beni rahatsız etmez.	59	% 3,7

Tablo 16. İleriki Yıllarda Sosyal Medyada Kendi Çocukluk Fotoğraflarının Yer Almasının Katılımcılar Üzerinde Hissettirdiği Duygular

İleriki yıllarda sosyal medyada yüzlerce çocukluk ya da bebeklik fotoğrafımın olması beni ...	İşaretleyen Katılımcı Sayısı	İşaretleyen Katılımcı Yüzdeliği
Endişelendirir.	365	%34,3
Utandırır.	168	%15,8
Mutlu eder.	102	%9,6
Gururlandırır.	18	%1,7
Sinirlendirir.	155	%14,6
Hiçbir şekilde etkilemez.	255	%24

Tablo 17. Katılımcıların Sosyal Medyayı Kullanma Amaçları ile İlgili Yaptıkları Seçimler

Genellikle sosyal medyayı ... için kullanırım.	İşaretleyen Katılımcı Sayısı	İşaretleyen Katılımcı Yüzdeliği
İnsanların neler yaptığını görmek.	392	%25,1
Bilgi almak.	564	%36,1
Bilgi vermek.	181	%11,6
Takipçi sayımı ve beğenimi artırmak.	22	%1,4
Tanınmış kişilerin neler yaptığını görmek.	87	%5,6
Sosyal ortamdan kopmamak.	318	%20,3

Tablo 18. Sosyal Medyada Çocuğuyla İlgili Paylaşım Yapan Katılımcıların Seçimleri

Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlar yaparım çünkü ...	İşaretleyen Katılımcı Sayısı	İşaretleyen Katılımcı Yüzdeliği
Çocuğumu herkesin görmesini isterim.	16	% 5,6
Mutlu bir ailem olduğunu göstermek isterim.	25	% 8,7
Çocuğumla ilgili paylaşım yaptığımda daha fazla beğeni ve yorum alırım.	2	% 0,7
Çocuğu olan diğer ailelere deneyimlerimi aktarmak isterim.	51	% 17,8
İçimden gelir.	179	% 62,6
Ürün reklamı yaparım ya da bir yeri tanıtırım.	13	% 4,5

Tablo 19. Sosyal Medyada Çocuğuyla İlgili Paylaşım Yapmayan Katılımcıların Seçimleri

Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlar yapmam çünkü...	İşaretleyen Katılımcı Sayısı	İşaretleyen Katılımcı Yüzdeliği
Çocuğumun bundan rahatsız olabileceğini düşünürüm.	128	% 33,3
Özel hayatımın ortada olmasını istemem.	134	% 34,9
Çocuk istismarcılarına kapı açabilir.	105	% 27,3
Eşim çocuğumuzla ilgili paylaşım yapmamı istemez.	12	% 3,1
Çevremden olumsuz tepki alabileceğimi düşünürüm.	5	% 1,3

Tablo 20. Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşılmasına Karşı Olan Katılımcıların Seçimleri

Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşılmasına karşıyım çünkü...	İşaretleyen Katılımcı Sayısı	İşaretleyen Katılımcı Yüzdeliği
Çocuk istismarcılarına kapı açabilir.	280	% 36,7
Çocukların sosyal medyada yer alması yaşlarına uygun değil.	102	% 13,4
Çocuklar ileride bundan rahatsız olabilir.	183	% 24
Özel hayatı bu kadar deşifre etmek doğru değil.	198	% 25,9

Tablo 21. Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşılmasına Karşı Olmayan Katılımcıların Seçimleri

Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşılmasına karşı değilim çünkü...	İşaretleyen Katılımcı Sayısı	İşaretleyen Katılımcı Yüzdeliği
Çocuklar da sosyal medyanın içindeler.	32	% 7,7
Çocuklar da hayatın içinde yer alıyor.	177	% 42,5
Paylaşımlara güzellik katıyorlar.	126	% 30,3
Çocuklu paylaşımlar ilgi çekiyor ve sempati uyandırıyor.	76	% 18,3
Takipçi ve beğeni artırıyorlar.	5	% 1,2