

Aile ve çocukların sosyal medya platformlarındaki görünürlüğü: Sharenting

Nagihan TANIK ÖNAL, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0002-5926-521X

Ayşe Gül İLHAN, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, ORCID ID: 0009-0002-9201-5957

Nezih ÖNAL, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0002-6979-262X

Öne Çıkanlar

- Ebeveynler orta düzeyde paylaşan ebeveynlik düzeyine sahiptir.
- Ebeveynler paylaşan ebeveynlik davranışıyla en çok bilişsel ihtiyaçlarını gidermeyi amaçlamaktadır.
- Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeyleri genellikle bireysel demografik özelliklerine anlamlı farklılık göstermektedir.
- Çocuklar ebeveynlerinin kendi onayları olmadan onlarla ilgili içerik paylaşımlarından hoşnut olmamaktadır.

Öz

Bu çalışmada, ebeveynlerin sosyal medya platformlarında çocuklarının özel bilgilerini ve fotoğraflarını paylaşma davranışı olan paylaşan ebeveynlik eğilimleri incelenmiştir. Çalışma çoklu yöntemli bir çalışma olarak yapılandırılmıştır. Nicel boyutu tarama desenine dayalı olarak yürütülen çalışmanın nicel verileri, 334 ebeveyne uygulanan Sharenting Ölçeği aracılığıyla toplanmıştır. Çalışmanın fenomenoloji ile desenlenen nitel boyutunun verileri ise 15 ebeveyn ve çocuklarıyla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla elde edilmiştir. Çalışmada elde edilen nicel veriler, SPSS 18 istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Nitel verilerin analizi ise içerik analizi ve betimsel analiz yöntemlerinin birlikte kullanılmasıyla gerçekleştirilmiştir. Nicel verilerin analizi sonucunda, ebeveynlerin orta düzeyde paylaşan ebeveynlik davranışında buldukları sonucuna varılmıştır. Ayrıca ebeveynlerin bu eğilimlerinin altında en çok bilişsel ihtiyaçlarını karşılama isteğinin yattığı tespit edilmiştir. Paylaşan ebeveynlik puanlarında ebeveynlik rolü ve eğitim seviyesi açısından anlamlı bir farklılık bulunmazken; çocuk sayısı ve sosyal ağlarda geçirilen süreye bağlı olarak anlamlı farklılıklar olduğu saptanmıştır. Nitel veri analizi sonucu ulaşılan bulgular ise ebeveynlerin önemli bir bölümünün sosyal medyada sıklıkla paylaşım yaptıkları, paylaşımların özellikle özel günler, aile etkinlikleri, çocukların başarıları ve tatil anıları etrafında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Ebeveynlerin bu paylaşımlar sırasında çoğunlukla mutluluk ve gurur hissettikleri, anı biriktirme ve arşivleme, sosyal onay elde etme gibi çeşitli motivasyonlarla paylaşımında buldukları görülmüştür. Ebeveynlerin önemli bir kısmının temel mahremiyet önlemleri aldığı tespit edilmiştir. Çocukların görüşleri ise izin alınmadan yapılan paylaşımların sıklıkla utanç, rahatsızlık ve özerklik ihlali duygularına yol açtığını ortaya koymuştur. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular ışığında ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik ile ilgili bilgilendirilmesi başta olmak üzere çeşitli öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital mahremiyet, Ebeveyn, Sharenting, Paylaşan ebeveynlik, Sosyal medya, Aile, Çocuk



Inönü Üniversitesi
Eğitim Fakültesi Dergisi
Cilt 26, Sayı 3, 2025
ss. 1459-1511

[DOI](#)
10.17679/inuefd.1619879

[Makale Türü](#)
Araştırma Makalesi

[Gönderim Tarihi](#)
27.01.2025

[Kabul Tarihi](#)
05.12.2025

Önerilen Atıf

Tanık Önal, N., İlhan A.G., Önal, N. (2025). Aile ve çocukların sosyal medya platformlarındaki görünürlüğü: Sharenting. *Inönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26(3), 1459-1511. DOI: 10.17679/inuefd.1619879



1. Giriş

Teknolojinin hızlı gelişimi, insanların sosyalleşme pratiklerini çeşitlendirmiş ve geleneksel yüz yüze etkileşim biçimlerinin yanı sıra dijital ağlar aracılığıyla yeni iletişim olanakları doğurmuştur (Terkan, 2014). Bireyler hem kendi yaşamlarına hem de çocuklarının yaşamlarına dair bilgileri ve görselleri sosyal medya aracılığıyla paylaşmaya başlamışlardır (Brosch, 2018). Ebeveyn paylaşımları çocuğun kendi onayı olmadan sosyal medyada yer almasına ve dijital kimliğinin şekillenmesine yol açmaktadır. Paylaşılan içeriklerin niteliğine, biçimine ve hedef kitlesine ilişkin kararlar ise tamamen ebeveynlerin tercihleri doğrultusunda belirlenmektedir (Ammari ve diğ., 2015). Bu durum, “Share” (paylaşım) ve “parenting” (ebeveyn) kavramlarının birleşiminden oluşan sharenting teriminin doğmasına neden olmuştur (Çimke ve diğ., 2018; Urban Dictionary, 2021). Tanım olarak sharenting/paylaşan ebeveynlik, ebeveynlerin çocuklarına ait görselleri ve bilgileri sosyal medya platformlarında kamuya açık şekilde paylaşma eylemi olarak ifade edilmektedir (Akpınar ve diğ., 2020; Bessant, 2018; Latipah ve diğ., 2020; Sarkadi ve diğ., 2020).

Paylaşan ebeveynlik davranışı genellikle “Kullanımlar ve Doymalar Kuramı” (Katz, Blumler ve Gurevitch, 1974) çerçevesinde açıklanmaktadır. Kullanımlar ve Doymalar Kuramı, bireylerin psikolojik durumlarının ve içinde buldukları sosyal koşulların medya tercihleri üzerinde belirleyici olduğunu savunur. Bu yaklaşıma göre kişiler, gündelik yaşamda karşılayamadıkları iletişim gereksinimlerini kitle iletişim araçları aracılığıyla gidermeye yönelirler. Dolayısıyla paylaşan ebeveynlik, bir alışkanlıktan öte ebeveynlerin sosyal, psikolojik ve kültürel doyum arayışlarının bir yansıması olarak görülmektedir. Ebeveynler bu paylaşımlar aracılığıyla toplumsal onay görme, aidiyet geliştirme, deneyimlerini paylaşma ya da destek bulma gibi beklentilerini karşılamaktadırlar. Kullanımlar ve Doymalar Kuramı, bireylerin medya kullanımına yönelme nedenlerini beş temel boyutta açıklamaktadır: Bilişsel (bilgi edinme ve ebeveynlik becerilerini geliştirme), duyuşsal (mutluluk ve gurur yaşama), bilişsel-duygusal (çevreden güven ve onay alma), bütünleştirici (aile ve toplumla bağı güçlendirme) ve kaçış (günlük stresten uzaklaşma ve rahatlama fırsatı) ihtiyaçları (Ruggiero, 2000). Bu ihtiyaçlar, paylaşan ebeveynlik motivasyonlarını anlamak için işlevsel bir çerçeve sunmaktadır. Ebeveynler sosyal medya paylaşımlarıyla “iyi ebeveynlik” anlatısını kurmakta, akran topluluklarıyla bağlarını güçlendirmekte, sosyal destek görmekte ve dijital bir arşiv oluşturmaktadır (Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Türkiye’de 4-6 yaş aralığında çocuğu olan 401 anneyle yapılan bir araştırmada da annelerin çevrim içi paylaşım motivasyonları; akran annelerle sosyal uyum sağlama, paylaşımların aldığı beğenilerden tatmin duyma, ilgili ve özenli ebeveynlik imajını yansıtmaya, çocukların okul başarılarını paylaşmaktan haz alma ve dijital bir arşiv oluşturma eğilimi şeklinde belirlenmiştir (Aslan ve Durmuş, 2020).

Paylaşan ebeveynliğin kökeninin, ebeveynlerin blog yazarlığı aracılığıyla kendilerini ifade etmeye başlamasına dayandığı düşünülmektedir. Bloglar, ebeveynlerin kişisel deneyimlerini ifade etmelerine ve paylaşımlarına imkân vermiştir. Ebeveyn bloglarının motivasyonları yaratıcı ifade, hatıra bırakma, topluluk kurma ve finansal kazanç gibi unsurlardır (Whitehead, 2015). Bu süreç aynı zamanda özel ile kamusal alan arasındaki net sınırları ortadan kaldırmaya başlamıştır. Zamanla bu pratikler dijital çağda sosyal medya üzerinden daha ağ temelli bir paylaşım yani paylaşan ebeveynliğe dönüşmüştür (Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte de paylaşan ebeveynlik giderek artış göstermiştir. COVID-19 döneminde çevrim içi iletişim ihtiyacının yoğunlaşması ise bu eğilimi daha da hızlandırarak aile dinamiklerine yeni bir boyut kazandırmıştır (Tosuntaş ve Griffiths, 2024). Son yıllarda yapılan araştırmalar, paylaşan ebeveynlik davranışının hem uluslararası ölçekte hem de Türkiye’de giderek yaygınlaştığını göstermektedir. 1000 ebeveyn ve çocuk ile Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleştirilen bir anket araştırmasında, ebeveynlerin yaklaşık %75’inin çocuklarının fotoğraf veya videolarını sosyal medyada paylaştığı tespit edilmiştir. Ayrıca ebeveynlerin yalnızca %25’inden azı sosyal medyada paylaşım yapmadan önce çocuklarından izin almaktadır (URL-1). Pew Research Grubu’nun 2020 yılında yürüttüğü araştırmada, ebeveynlerin %82 gibi büyük

çoğunluğunun çocuklarına ait fotoğraf ve bilgileri sosyal medya hesaplarında paylaştığı görülmüştür (Omuralieva, Güneş Peschke ve Peschke, 2024). Türkiye’de gerçekleştirilen araştırmalarda da paylaşılan ebeveynlik davranışının oldukça yaygın olduğu ortaya çıkarılmıştır (Aslan ve Durmuş, 2020; Kalaman, 2025).

Araştırmalar, ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarının kendi dijital öz-temsillerini güçlendirmenin yanı sıra çocukların dijital kimliklerinin ebeveynler tarafından şekillendirilmesine de zemin hazırladığını göstermektedir. Ancak bu durum çocukların mahremiyeti, kişisel verilerinin korunması ve uzun dönemli verileşme süreçleri açısından ciddi tartışmalar doğurmaktadır (Blum-Ross ve Livingstone, 2017; Kumar ve Schoenebeck, 2015). Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Komitesinin 25 No’lu Genel Yorumu (2021), dijital ortamda mahremiyet, korunma, katılım ve gelişim gibi tüm çocuk haklarının gözetilmesi gerektiğini ve bu bağlamda devletler ile dijital platformların, çocuğun yüksek yararı ilkesine dayalı yükümlülükler üstlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu çerçevede ebeveyn paylaşımlarının, çocuğun özerkliği ve gelecekteki kimlik hakkı ile dengelenmesi gerekmektedir (CRC, 2021). Bu tartışmalar ışığında, alan yazındaki araştırmalar paylaşılan ebeveynliği iki eksende ele almaktadır. İlk eksen, ebeveynlerin dijital kimlik inşası ve bunun çocukların kimlik algısına etkisidir. Bu bağlamda paylaşılan ebeveynliğin, ebeveynlerin kendi kimlik performanslarını şekillendirdiği ve aile içi dinamiklere etki ettiği aynı zamanda çocukların dijital kimlik algılarını doğrudan belirlediği görülmektedir (Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Sosyal faktörlerin ebeveynlerin paylaşım davranışlarını yönlendirdiği ve bu davranışın ebeveynler arasında destek ağları oluşturduğu da belirtilmektedir (Ranzini ve diğ., 2020; Tartari ve diğ., 2023). Özellikle babaların rolüne odaklanan yeni araştırmalar, bu konuda daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğunu vurgulamaktadır (Çitil Akyol ve Sumbaş, 2023; Gatto, 2024). İkinci eksen ise çocuk hakları ve mahremiyet boyutudur. Çalışmalar, sosyal medya paylaşımlarının çocukların mahremiyetini ihlal edebildiğini, uzun vadede çocuk hakları üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini ve ebeveynlerin bu sorumluluğu daha fazla gözetmeleri gerektiğini ortaya koymaktadır (Çimke ve diğ., 2018; Doğan-Keskin ve diğ., 2023). Ayrıca bazı araştırmalar, ebeveynlerin çocukları adına hesap açarak onları ticari bir “meta”ya dönüştürebildiğini (Baloğlu, 2023) ve bunun mahremiyetin yanı sıra etik sorunlar da doğurduğunu göstermektedir. Bu nedenle alan yazında yaşa uygun bilgilendirilmiş rıza, gereklilik ve orantılılık ilkesi, anonimleştirme ve gizlilik ayarlarının etkin kullanımı gibi etik öneriler öne çıkmaktadır. Son dönem çalışmalar, farkındalıklı paylaşım (mindful sharenting) stratejilerinin ebeveynlerin paylaşım ile koruma arasında denge kurmasına yardımcı olabileceğini ancak bu dengenin henüz tam anlamıyla sağlanamadığını ortaya koymaktadır (Lupton ve Williamson, 2017; Walrave ve diğ., 2023). Bu noktada paylaşılan ebeveynlik davranışının çocuklara verebileceği olası zararları önlemenin kesin yolu, çocuklara ait görsel ve bilgilerin sosyal medyada hiçbir şekilde paylaşılmamasıdır. Paylaşım yapmayı sürdüren ebeveynlerin ise çocukların mahremiyetini ve güvenliğini korumaya yönelik dikkatli bir yaklaşım benimsemeleri büyük önem taşımaktadır. Özellikle banyo, tuvalet, hasta ya da savunmasız anlara ait görüntülerin paylaşılmaması; isim, konum gibi özel bilgilerin ifşa edilmemesi; çocukları küçük düşürücü, incitici veya olumsuz etki yaratabilecek içeriklerden kaçınılması gerekmektedir. Bu süreçte ebeveynlerin, çocuğun üstün yararını gözetmeleri esastır (Omuralieva ve diğ., 2024). Ayrıca çocukların yaşına uygun biçimde bilgilendirilmiş rızalarının alınması, rıza olmadığı durumda paylaşım yapılmaması önemlidir. Kanada örneğinde olduğu gibi ebeveynlere ve çocuklara sosyal medya okuryazarlığı eğitimlerinin verilmesi, çevrim içi mahremiyetin korunmasına katkı sağlayabilir. Çocukların dijital ortamda korunması ebeveynlerin, devletin ve toplumun ortak sorumluluğudur. Özellikle ebeveynlerin farkındalık düzeylerinin artırılması, çocukların çevrim içi güvenliği açısından temel öncelik olarak görülmektedir. Bu bağlamda ebeveynlerin paylaşım pratiklerinin incelenmesi, bu davranışların altında yatan motivasyonların belirlenmesi ve çocukların bu paylaşımlara ilişkin duygu ve düşüncelerinin ortaya konulması önem arz etmektedir. Bu şekilde yapılacak bilinçlendirme çalışmaları için sağlam bir altyapı oluşturularak ve eğitim programları bu doğrultuda geliştirilebilir. Dolayısıyla mevcut çalışmanın bulguları, hem ebeveynlerin farkındalık düzeyinin artırılmasına hem de çocukların dijital

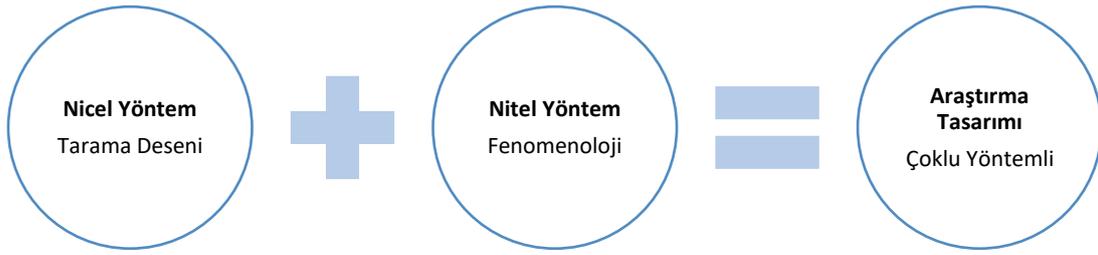
haklarının korunmasına yönelik politika ve eğitim programlarının geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca sosyal medya okuryazarlığı kapsamında ailelere yönelik yapılacak bilinçlendirme çalışmalarına bilimsel bir temel sunarak çocukların dijital ortamda güvenliğinin sağlanmasına yönelik stratejilere ışık tutacaktır. Bu çerçevede alan yazında paylaşılan ebeveynlik davranışlarını sergileyen ebeveynler ve bu davranışa maruz kalan çocuklar bağlamında bütüncül biçimde ele alınan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Özellikle ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik sergilemekteki motivasyonlarını ve çocukların bu durumu nasıl algıladıklarını hem nitel hem de nicel verilerle değerlendiren kapsamlı araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır (Omur ve Uyar, 2022; Ulum, 2021). Bu bağlamda mevcut çalışma alan yazındaki önemli bir boşluğu doldurmayı amaçlayan öncül bir araştırma olarak değerlendirilebilir. Her geçen gün paylaşılan ebeveynlik davranışının yaygınlaştığı dikkate alındığında, çalışmanın güncel bir değer taşıdığı da ifade edilebilir. Bu çalışmanın temel sorusu, "Ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik davranışları ne düzeydedir?" şeklinde belirlenmiştir. Ayrıca bu düzeyin ebeveyn rolü, yaş, eğitim durumu, meslek grubu, çocuk sayısı ve sosyal medya kullanım sıklığı değişkenleri açısından farklılaşp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bunun yanında ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik hakkındaki görüşleri ve bu davranışa maruz kalan çocukların deneyimleri de araştırmanın odak noktaları arasındadır. Çalışma kapsamında şu alt problemlere cevap aranmıştır:

1. Ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eğilimleri ne düzeydedir?
2. Ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eğilimleri;
 - ebeveyn rolüne göre anlamlı fark göstermekte midir?
 - ebeveynin yaşına göre anlamlı fark göstermekte midir?
 - ebeveynin eğitim durumuna göre anlamlı fark göstermekte midir?
 - ebeveynin meslek grubuna göre anlamlı fark göstermekte midir?
 - ebeveynin sahip olduğu çocuk sayısına göre anlamlı fark göstermekte midir?
 - ebeveynin sosyal medya kullanım sıklığına göre anlamlı fark göstermekte midir?
3. Ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik hakkındaki görüşleri nelerdir?
4. Paylaşılan ebeveynlik davranışına maruz kalan çocukların görüşleri nelerdir?

2. Yöntem

2.1. Araştırma Tasarımı

Bu çalışma, nicel ve nitel yöntemlerin aynı araştırma sorusunu açıklamak üzere bütünleştirilmediği ancak farklı boyutları incelemek amacıyla birlikte kullanıldığı için çoklu yöntemli (multi-method) bir çalışma olarak yapılandırılmıştır (Creswell ve Plano Clark, 2018). Çalışmanın birinci aşaması tarama desenine dayalı olarak yürütülmüştür. Ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik durumunu mevcut hâliyle betimlemek ve çeşitli demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla tarama deseni tercih edilmiştir. Tarama deseni, belirli bir evrenden seçilen örneklem aracılığıyla bireylerin görüşlerini, tutumlarını, davranışlarını veya eğilimlerini betimlemeyi ve elde edilen sonuçlardan genellemeler yapmayı amaçlayan bir yaklaşımdır (Creswell, 2014). Çalışmanın ikinci aşaması ise nitel araştırma yöntemi fenomenoloji deseni ile yapılandırılmıştır. Fenomenoloji, belirli bir olguya ilişkin katılımcıların yaşantılarından yola çıkarak bu yaşantıların ortak anlamını ve özünü ortaya çıkarmayı hedefleyen bir desendir (Creswell, 2013). Bu doğrultuda, ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik konusundaki görüşlerini ayrıntılı biçimde incelemek ve aynı zamanda çocukların bakış açılarını derinlemesine anlamak amacıyla fenomenoloji deseni tercih edilmiştir. Böylece nicel ve nitel boyutlar, aynı araştırma sorusunu bütünleştirmek yerine farklı yönleri ele alarak çalışmanın kapsamlı bir bakış açısı sunmasını sağlamıştır. Bu sayede araştırma konusu hem geniş ölçekte betimlenmiş hem de katılımcıların öznel deneyimlerine derinlemesine ulaşma olanağı bulunmuştur. Şekil 1'de araştırma tasarımı gösterilmiştir:



Şekil 1. Araştırma Tasarımı

2.2. Çalışma Grubu

Mevcut çalışma Türkiye’de İç Anadolu Bölgesi’nde yer alan bir büyükşehirde gerçekleştirilmiştir. Çalışma grubunu evrenden uygun örnekleme tekniği kullanılarak çalışmaya dâhil edilen sosyal medya kullanan, en az bir çocuğu bulunan ve çocuğuna dair sosyal medyada kamuya açık bir şekilde paylaşımda bulunan 334 ebeveyn oluşturmaktadır. Bu örnekleme tekniği ile çalışmaya hız ve zaman kazandırılarak verimlilik artırılmıştır. Ancak uygun örnekleme tekniği evreni tam temsil etme konusunda sınırlılık gösterebilmektedir (Fraenkel ve diğ., 2012). Örneklem büyüklüğü belirlenirken, ölçekte yer alan madde sayısının beş katı kadar büyüklükte bir örneklem ile çalışılması önerilmektedir (Bryman ve Crame, 2001). Bu doğrultuda 31 maddelik bir ölçeğin kullanıldığı bu çalışmada 334 ebeveyn ile çalışılması yeterli olarak nitelendirilebilir. Çalışmanın nicel boyutuna katılan çalışma grubunun demografik özellikleri ayrıntılı şekilde Tablo 1’de sunulmuştur:

Tablo 1.

Çalışma Grubuna Ait Demografik Bilgiler

Değişkenler	Grup	N (%)
Ebeveyn Rolü	Anne	259 (77.5)
	Baba	75 (22.5)
Yaş	20-29	44 (13.2)
	30-39	174 (52.1)
	40-49	95 (28.4)
	50 ve üzeri	21 (5.7)
Eğitim Durumu	Eğitim yok	2 (0.6)
	İlkokul	4 (1.2)
	Ortaokul	2 (0.6)
	Lise	33 (9.9)
	Ön Lisans	29 (8.7)
	Lisans	193 (57.8)
Meslek	Yüksek Lisans	57 (17.1)
	Doktora ve üzeri	14 (4.2)
	Eğitim	161
	Sağlık	25
	Mühendislik ve Teknoloji	26
	Kamu Hizmet ve Yönetim	21
	Finans ve Bankacılık	13
	İletişim ve Pazarlama	7
	Sanat ve Tasarım	10
	Ticaret ve Satış	16
	Ev Hanımı ve Emekliler	37
Çocuk Sayısı	Diğer	18
	1 çocuk	152
	2 çocuk	145
	3 çocuk	33
	3 üzeri çocuk	4

Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	13 (3.9)
	Sık (Günde 6-8 saat arası)	39 (11.7)
	Bazen (Günde 4-6 saat arası)	86 (25.7)
	Az (Günde 2-4 saat arası)	124 (37.1)
	Nadiren (Günde 2 saatten az)	72 (21.6)

Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunu annelerin oluşturduğu (N=259) babaların daha düşük sayıda yer aldığı görülmektedir (N=75). Yaş dağılımında en yoğun grubun 30–39 yaş aralığı (N=174) olduğu ve bunu 40–49 yaş grubunun (N=95) izlediği anlaşılmaktadır. Eğitim düzeyi açısından katılımcıların çoğu lisans (N=193) mezunlarından oluşmaktadır. Sosyal medya kullanım sıklığı incelendiğinde ise katılımcıların çoğunluğunun “günde 2–4 saat” düzeyinde (N=124) sosyal medyada vakit geçirdiği bunu “günde 4–6 saat” (N=86) kullanımın izlediği görülmektedir.

Çalışmanın nitel boyutunun çalışma grubu, çalışmanın nicel boyutunda paylaşılan ebeveynlik ölçek puanı en yüksek 15 ebeveyn ve bu ebeveynlerin birer çocuğu olmak üzere 15 çocuktan oluşmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın nitel boyutunun çalışma grubu belirlenirken nitel araştırmalarda kullanımı önerilen amaçlı örnekleme tekniklerinden ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Çalışmada belirlenen ölçütler; i) ebeveynlerden en az birinin sosyal medya araçlarının birinde çocuğunun fotoğrafını paylaşması ve ii) nicel boyutta uygulanan paylaşılan ebeveynlik ölçek puanı en yüksek ilk 15 ebeveyn ve çocuğunun seçilmesi şeklinde belirlenmiştir. Çalışmanın nitel boyutuna katılan ebeveynlere ilişkin demografik özellikler Tablo 2’de; çocuklara ilişkin özellikler de Tablo 3’te sunulmuştur:

Tablo 2.

Ebeveynlere ait Demografik Bilgiler

Ebeveyn	Ebeveyn Rolü	Meslek	Yaş	Çocuk Sayısı
E1	Anne	Öğretmen	39	1
E2	Baba	Öğretmen	42	1
E3	Anne	Öğretmen	40	2
E4	Anne	Öğretmen	35	1
E5	Anne	Öğretmen	34	2
E6	Anne	Öğretmen	30	1
E7	Baba	Öğretmen	42	1
E8	Anne	Eğitim Koçu	33	2
E9	Anne	Öğretmen	40	1
E10	Anne	Ev Hanımı	38	3
E11	Anne	Öğretmen	44	1
E12	Anne	Pazarlamacı	39	1
E13	Anne	Grafiker	34	1
E14	Baba	Kimyager	32	1
E15	Anne	Hemşire	25	1

Tablo 2 incelendiğinde, katılımcı ebeveynlerin çoğunluğunu annelerin oluşturduğu görülmektedir (N=12). Meslek dağılımında en yaygın mesleğin öğretmenlik olduğu bunun yanı sıra hemşire, grafiker, pazarlamacı, kimyager gibi farklı meslek gruplarından da katılım sağlandığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların yaşları 25 ile 44 arasında değişmekte olup en sık karşılaşılan yaş grubunun 30’lu yaşlar olduğu dikkat çekmektedir. Çocuk sayısına göre dağılım incelendiğinde, çoğu ebeveynin tek çocuk sahibi olduğu belirlenmiştir. Son olarak tüm katılımcıların çocukları ile ilgili paylaşımında en çok buldukları sosyal medya platformu Instagram’dır.

Tablo 3.*Öğrencilere ait Demografik Bilgiler*

Öğrenciler	Cinsiyet	Sınıf	Yaş
Ö1	E	3	9
Ö2	E	2	8
Ö3	E	6	11
Ö4	E	6	12
Ö5	E	5	10
Ö6	E	5	10
Ö7	E	5	10
Ö8	K	5	10
Ö9	K	7	12
Ö10	K	6	12
Ö11	K	6	12
Ö12	K	3	9
Ö13	K	3	9
Ö14	K	2	8
Ö15	K	4	10

Tablo 3 incelendiğinde, öğrencilerin cinsiyet dağılımında kadın (N=8) ve erkek (N=7) öğrencilerin cinsiyet açısından dengeli biçimde temsil edildiği görülmektedir. Sınıf düzeyleri ikinci sınıftan yedinci sınıfa kadar çeşitlilik göstermekte olup en yoğun olarak beşinci sınıf öğrencileri (N=4) araştırmaya katılmıştır. Öğrencilerin yaşları 8 ile 12 arasında değişmekte ve en sık rastlanan yaş grubunun 10 yaş (N=5) olduğu dikkat çekmektedir.

2.2. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Araştırmanın nicel boyutuna ilişkin veriler, Kopuz (2021) tarafından geliştirilen "Sharenting Ölçeği" aracılığıyla toplanmıştır. Beşli Likert tipi şeklinde yapılandırılan ölçek; bilişsel, duyuşsal, bilişsel-duyuşsal, bütünleştirici ve kaçış ihtiyacı olarak isimlendirilen beş alt faktörden oluşmaktadır. Ölçekte toplam 31 madde yer almaktadır. Ölçek geliştirilirken Kopuz (2021) tarafından Cronbach Alpha Katsayıları her bir faktör için ,90 üzerinde hesaplanmış ve ölçeğin geneli içinde Alpha ,97 olarak tespit edilmiştir. Mevcut çalışmada ise Cronbach Alpha Katsayısı ,96 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlere göre ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu ifade edilebilir (Field, 2009). Ölçekten elde edilebilecek en düşük puan 31; en yüksek puan ise 155'tir. Buna göre en düşük puandan başlayarak ölçeğin aritmetik ortalamasının bir standart sapma altına kadar olan değerler (31–73 puan) düşük düzey olarak kabul edilmiştir. Düşük düzeyin üst sınırından itibaren aritmetik ortalamasının bir standart sapma üzerine kadar olan puanlar (74–129 puan) orta düzeyi temsil etmektedir. Orta düzeyin üst sınırından başlayarak ölçekten elde edilebilecek en yüksek puana kadar olan değerler (130–155 puan) ise yüksek düzey olarak tanımlanmıştır. Mevcut çalışma kapsamında ölçek, Google Form aracılığıyla çalışma grubuna uygulanmış ve veriler toplanmıştır.

Çalışmanın nitel boyutuna ilişkin veriler, katılımcılarla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Görüşmelerden önce araştırmacılar tarafından bir yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Formun geliştirilme sürecinde öncelikle çalışma amacı doğrultusunda kapsamlı bir alan yazın taraması yapılmış ve elde edilen bilgiler ışığında görüşme maddeleri tasarlanmıştır. Ebeveynlere paylaşılan ebeveynlik alışkanlıkları, paylaşım yapmaktaki motivasyonları ve takipçi geri bildirimleri gibi sorular sorulmuştur. Paylaşan ebeveynliğe maruz kalan çocuklara ise ebeveynlerinin paylaşımları, bu süreçte kendilerine danışılıp danışılmadığı ve neler hissettiklerine dair görüşleri sorulmuştur. Hazırlanan taslak form, nitel araştırma deneyimine sahip üç alan uzmanının (ikisi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri, biri Psikoloji alanında doktora derecesine sahip) görüşüne sunulmuştur. Alan uzmanlarının öneri ve onayları doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra formun anlaşılabilirliğini test

etmek ve görüşme süresini belirlemek gibi amaçlarla iki ebeveyn ve iki çocuk ile ön görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ön görüşmelerde herhangi bir sorun ya da aksaklık tespit edilmediğinden ana görüşmelere (esas uygulama) geçilmiştir. Ana görüşmeler, araştırmacılarından biri tarafından çalışma grubunda yer alan her bir katılımcının uygun olduğu gün ve saatler dikkate alınarak oluşturulan takvime göre yürütülmüştür. Görüşmeler, katılımcıların kendilerini rahat hissedebilecekleri ve üçüncü kişilerin müdahalesinden uzak ortamlarda gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların onayı alınarak ses kayıtları alınmış her bir görüşme ortalama 20 dakika sürmüştür.

2.2. Verilerin Analizi

Nicel Verilerin Analizi

Nicel verilerin analizi SPSS 18 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Verilerin normal dağılıma uygunluğunu değerlendirmek amacıyla çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) katsayıları incelenmiştir. Bulguların normallik testi sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur:

Tablo 4.

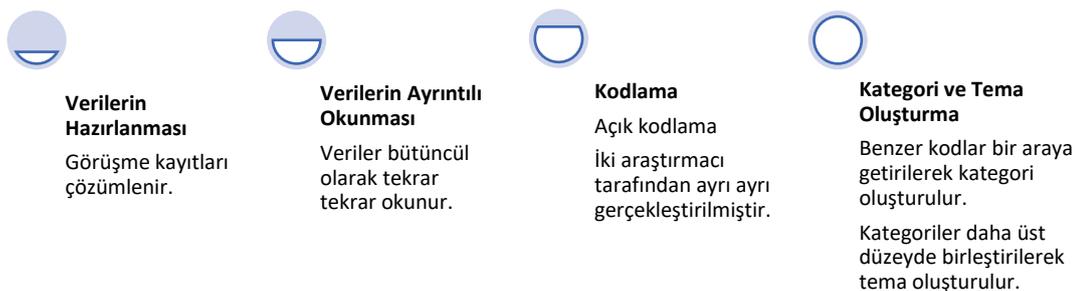
Ölçeğe Ait Normallik Testi Sonuçları

Veri Toplama Aracı	Alt Boyutlar	Normallik Sonuçları				
		İstatistik	N	p	Skewness	Kurtosis
Sharenting Ölçeği	Bilişsel	.05	334	.00	-.08	-.58
	Duyuşsal	.06	334	.00	.08	-.84
	Bilişsel-Duyuşsal	.06	334	.00	.15	-.79
	Bütünleştirici	.09	334	.00	.27	-.85
	Kaçış İhtiyacı	.16	334	.00	.94	.07
	Ölçeğin Geneli	.04	334	.20	.32	-.31

Tablo 4 incelendiğinde, çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ile +1 aralığında olduğu dolayısıyla verilerin normal dağılım gösterdiği görülmektedir (George ve Mallery, 2010). Ayrıca Levene testi varyansların homojen olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, parametrik testlerin uygulanabilirliğini desteklemektedir.

Nitel Verilerin Analizi

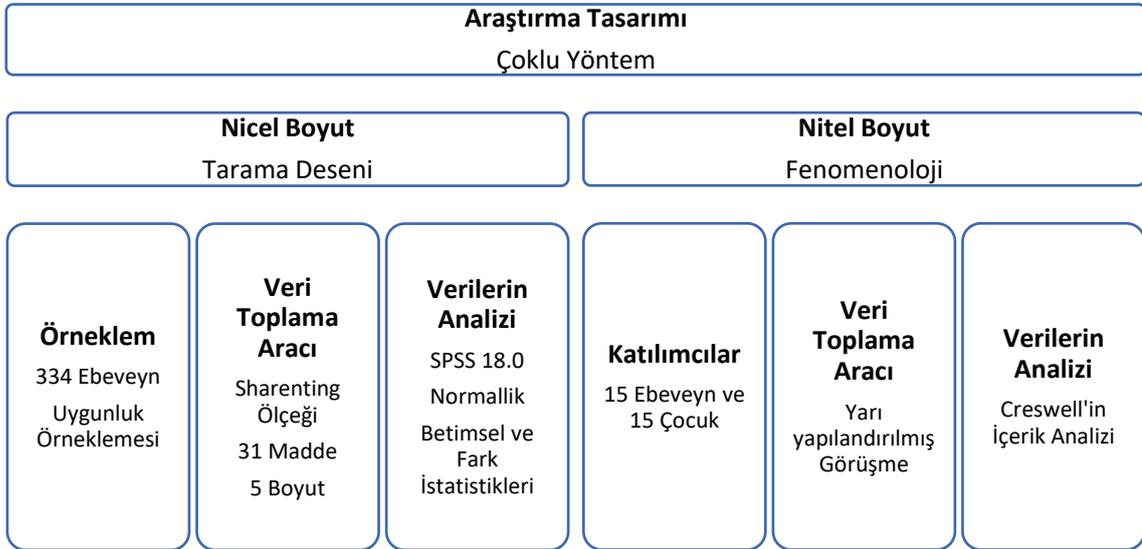
Veri analizine başlamadan önce her bir ses kaydı harfiyen çözümlenerek Microsoft Word formatında yazılı dokümanlara dönüştürülmüştür. Bu süreçte katılımcıların ifadeleri, anlam bütünlüğü bozulmadan ve herhangi bir yorum eklenmeden aynen yazıya aktarılmıştır. Çözümlemelerin doğruluğu, araştırmacılar tarafından tekrar dinleme yöntemiyle kontrol edilerek sağlanmıştır. Bu şekilde veriler MS Word dokümanı hâline getirilmiştir. Ardından her bir dokümana kodlar verilmiştir. Kodlama sürecinde ebeveynler E1'den E15'e; öğrenciler ise Ö1'den Ö15'e kadar numaralandırılarak kodlanmıştır. Verilerin analizi Creswell'in (2013) içerik analizi yaklaşımı temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Kodlama işlemleri iki bağımsız araştırmacı tarafından yapılmış, daha sonra kodlamalar üzerinde görüş birliği sağlanana kadar tartışılmıştır. Veri analizi süreci Şekil 2'de gösterilmiştir:



Şekil 2. Creswell'in (2013) İçerik Analizi Süreci

Geçerlik ve Güvenirlik

Çalışmanın nitel boyutunda ise geçerlik ve güvenirliliği sağlamak amacıyla Creswell'in (2013) önerdiği çeşitli önlemler alınmıştır. İç geçerlik kapsamında öncelikle görüşme formu üç alan uzmanının görüşüne sunulmuş ve kapsam ile ifade netliği açısından gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Verilerin analizi sürecinde elde edilen temalar, katılımcıların doğrudan alıntılarıyla desteklenmiş ve analiz sonuçlarının doğruluğu katılımcı doğrulaması (member check) yöntemiyle test edilmiştir. Ayrıca üçgenleme (triangulation) yaklaşımı benimsenmiştir. Veri analizine birden fazla araştırmacı dâhil edilerek bulgular üzerinde görüş birliği sağlanmıştır. Kodlama sürecinde ortaya çıkan anlam farklılıkları birlikte tartışılarak uzlaşma sağlanmıştır. Dış geçerlik açısından, araştırma süreci ayrıntılı şekilde tanımlanmıştır. Katılımcılara etik ilkeler doğrultusunda kodlar verilmiş ve gizlilik korunmuştur. Araştırma ortamı, katılımcı özellikleri ve veri toplama süreci ayrıntılı biçimde betimlenmiştir. İç güvenirlilik kapsamında, araştırmacının amacı ve elde edilen sonuçlar doğrudan ve tutarlı biçimde ifade edilmiştir. Bulgular, yorum katılmadan katılımcı ifadelerine dayalı olarak raporlanmıştır. Dış güvenirlilik içinse araştırmacının bulgu, sonuç ve tartışma bölümleri açık, sistematik ve anlaşılır bir biçimde yapılandırılmıştır. Ayrıca araştırma sürecinin her aşaması kayıt altına alınarak denetlenebilirlik (audit trail) sağlanmıştır. Genel olarak araştırma süreci Şekil 3'te gösterilmiştir:



Şekil 3. Çoklu Yönteme Dayalı Araştırma Süreci

3. Bulgular

3.1. Ebeveynlerin Paylaşan Ebeveynlik Eğilimleri ile İlgili Bulgular

İlk olarak ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeylerini belirlemek için veriler betimsel analizler ile çözümlenmiştir. Ölçeğin geneline ilişkin betimsel analiz sonucu ulaşılan bulgular Tablo 5'te sunulmuştur:

Tablo 5.

Ölçeğe İlişkin Betimsel İstatistik Değerleri

Ölçek	\bar{X}	Mod	Medyan	Varyans	Standart Sapma
Sharenting Ölçeği	85,14	100	83,00	743,80	27,27

Tablo 5 incelendiğinde, çalışmaya katılan 334 ebeveynin Sharenting Ölçeği'nden elde edilen ortalama puanın $\bar{X}=85,14$ olduğu görülmektedir. Bu sonuç, katılımcıların paylaşan ebeveynlik davranışlarının genel olarak orta düzeyde olduğunu göstermektedir (orta düzey 74–

129 puan aralığı). Ölçeğin mod değeri (100), katılımcılar arasında en sık tekrarlanan puanın da orta düzeye karşılık geldiğini ortaya koymaktadır. Medyan değerinin (83,00) ortalamaya yakın olması, puanların dengeli bir dağılım sergilediğini desteklemektedir. Buna ek olarak varyans (743,80) ve standart sapma (27,27) değerleri katılımcıların puanlarında ortalama etrafında belirgin farklılıklar olduğunu işaret etmektedir. Bu farklılaşma bazı katılımcıların paylaşan ebeveynlik eğilimlerinin düşük düzeye (31–73 puan) bazılarının ise yüksek düzeye (130–155 puan) ulaştığını ancak çoğunluğun orta düzey aralığında (74–129 puan) yoğunlaştığını ortaya koymaktadır.

Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik davranışına ilişkin ortalama puanları alt faktörler bazında incelenmiştir. Bir başka deyişle ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik davranışıyla karşıladıkları gereksinimlere ait bulgular Tablo 6’da sunulmuştur:

Tablo 6.

Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik ile karşıladıkları gereksinimler

Alt Boyutlar	\bar{X}
Bilişsel	27,72
Duyuşsal	25,47
Bilişsel-Duygusal	14,05
Bütünleştirici	10,27
Kaçış	10,61

Tablo 6 incelendiğinde, boyutların aritmetik ortalamalara göre sırasıyla bilişsel ihtiyaçlar, duyuşsal ihtiyaçlar, bilişsel-duygusal ihtiyaçlar, kaçış ihtiyaçları ve bütünleştirici ihtiyaçlar olarak sıralandığı görülmüştür. Özellikle bilgiyi güçlendirme, öğrenme ve bilgi paylaşımı gibi bilişsel ihtiyaçların paylaşan ebeveynlik davranışları için önemli bir motivasyon kaynağı olduğu dikkat çekmektedir.

Ardından ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeylerine göre ebeveynlerin giderdikleri ihtiyaçların incelenmesi için ANOVA testi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 7’de sunulmuştur:

Tablo 7.

Paylaşan ebeveynlik düzeyine göre ebeveynlerin giderdikleri ihtiyaçlara ilişkin ANOVA testi sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Karelerin Toplamı	sd	Karelerin ortalaması	f	p
Bilişsel	Gruplar arası	9015,518	2	4507,759	115,78	,00
	Gruplar içi	12886,688	331	38,933		
	Toplam	21902,207	333			
Duyuşsal	Gruplar arası	19190,193	2	9595,097	272,079	,00
	Gruplar içi	11673,007	331	35,266		
	Toplam	30863,201	333			
Bilişsel-Duygusal	Gruplar arası	5826,800	2	2913,400	222,847	,00
	Gruplar içi	4327,335	331	13,074		
	Toplam	10154,135	333			
Bütünleştirici	Gruplar arası	3199,595	2	1599,797	126,516	,00
	Gruplar içi	4185,510	331	12,645		
	Toplam	7385,105	333			
Kaçış	Gruplar arası	4628,8905	2	2314,445	145,962	,00
	Gruplar içi	5248,511	331	15,857		
	Toplam	9877,401	333			

Tablo 7 incelendiğinde, ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik alt boyutlarına göre anlamlı fark olduğu görülmektedir ($p < ,05$). ANOVA testi sonuçları, paylaşan ebeveynlik düzeyinin bilişsel, duyuşsal, bilişsel-duygusal, bütünleştirici ve kaçış ihtiyaçları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkiler yarattığını göstermektedir. Farklılığın hangi düzeyler arasında olduğunu anlamak için karşılaştırma testleri yapılmış ve sonuçları Tablo 8’de sunulmuştur:

Tablo 8.

Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeylerine göre karşılaştırmalı ihtiyaçları sonuçları

Düzyey	p
Düşük- Orta	,000
Orta-Yüksek	,000
Düşük-Yüksek	,000

Tablo 8 incelendiğinde, tüm paylaşan ebeveynlik düzeyleri arasında ebeveynlerin giderdikleri ihtiyaçlar açısından anlamlı farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir ($p < ,05$). Bu bulgu, Tablo 9’da yer alan sonuçlarla desteklenmektedir.

Tablo 9.

Paylaşan ebeveynlik düzeylerine göre karşılanan ihtiyaçlar

Düzyey	Sıra Ortalaması					
	n	Bilişsel	Duyuşsal	Bilişsel-Duygusal	Bütünleştirici	Kaçış
Düşük	61	15,86	12,98	7,18	5,70	5,83
Orta	222	25,07	25,73	14,19	10,12	10,10
Yüksek	51	33,80	39,23	21,67	16,41	18,50

Tablo 9 incelendiğinde, düşük paylaşan ebeveynlik puanına sahip ebeveynlerin bilişsel ihtiyaçlara, orta ve yüksek puana sahip ebeveynlerin ise duyuşsal ihtiyaçlara daha fazla yöneldiği görülmektedir.

3.2. Çalışma alt problemlerine göre paylaşan ebeveynlik puanlarının incelenmesi

Çalışmanın bu bölümünde, ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik puanları ebeveyn rolü, yaşı, eğitim durumu ve ebeveynin sahip olduğu çocuk sayısı değişkenleri açısından incelenmiştir. Bu analizlerde normallik ve varyansların homojenliği varsayımları sağlandığı için parametrik testler kullanılmıştır.

3.2.1. Ebeveyn Rolüne göre Paylaşan Ebeveynlik Düzeyinin İncelenmesi

Çalışma kapsamında “*Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeyleri ebeveyn rolüne göre anlamlı fark göstermekte midir?*” sorusuna cevap aranmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların ölçek puanlarının ebeveyn rolü değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için bağımsız gruplar için t-Testi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 10’da gösterilmiştir:

Tablo 10.

Ebeveyn Rolüne Göre Bağımsız Gruplar T-testi Sonucu

Ebeveyn Rolü	n	Ort.	t	sd	p
Anne	259	85,49	,392	101,59	,696
Baba	75	83,99			

Tablo 10 incelendiğinde, paylaşan ebeveynlik davranışı üzerinde ebeveyn rolünün anlamlı farklılık oluşturmadığı görülmektedir ($t_{(101)} = ,392$; $p > ,05$).

3.2.2.Ebeveyn Yaşına göre Paylaşan Ebeveynlik Düzeyinin İncelenmesi

Çalışma kapsamında, “Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeyleri ebeveyn yaşına göre anlamlı fark göstermekte midir?” sorusuna cevap aranmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların ölçek puanlarının ebeveyn yaşı değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek için tek yönlü ANOVA testi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 11’de gösterilmiştir:

Tablo 11.

Ebeveyn Yaşına Göre ANOVA sonuçları

Yaş	N	\bar{x}	ss	Levene		Anova	
				Levene	p	F	p
20-29	44	92,15	27,40				
30-39	174	86,83	25,93				
40-49	95	79,86	27,53	1,114	,343	2,651	,050
+50	21	80,19	33,13				
Toplam	334	85,13	27,27				

Tablo 11 incelendiğinde, ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeylerinin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (F = 2,651, p > ,05).

3.2.3. Ebeveyn Eğitim Durumuna göre Paylaşan Ebeveynlik Düzeyinin İncelenmesi

Çalışma kapsamında “Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeyleri ebeveyn eğitim durumuna göre anlamlı fark göstermekte midir?” sorusuna cevap aranmıştır. Ebeveyn eğitim durumunun paylaşan ebeveynlik düzeyleri üzerindeki etkisini incelemek için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Levene testi, grupların homojen olduğunu göstermiştir. Sonuçlar Tablo 12’de sunulmuştur:

Tablo 12.

Ebeveyn Eğitim Seviyesine göre ANOVA sonuçları

Eğitim Seviyesi	N	\bar{x}	ss	Levene		Anova	
				Levene	p	F	p
Eğitim Yok	2	99,50	19,09				
İlkokul	4	98,75	24,45				
Ortaokul	2	66,50	33,23				
Lise	33	88,45	30,51				
Ön Lisans	29	82,06	30,67	,832	,562	,567	,782
Lisans	193	84,41	27,38				
Yüksek Lisans	57	88,14	24,13				
Doktora ve üzeri	14	79,85	25,79				
Toplam	334	85,13	27,27				

Tablo 12 incelendiğinde, paylaşan ebeveynlik davranışı üzerinde ebeveyn eğitim seviyesine göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir (p> ,05).

3.2.4.Ebeveyn Meslek Grubuna göre Paylaşan Ebeveynlik Düzeyinin İncelenmesi

Çalışma kapsamında “Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeyleri ebeveyn meslek grubuna göre anlamlı fark göstermekte midir?” sorusuna cevap aranmıştır. Ebeveyn meslek grubunun paylaşan ebeveynlik düzeyleri üzerindeki etkisini incelemek için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Levene testi, meslek gruplarının homojen olduğunu ancak kişi sayılarının farklı dağıldığını göstermiştir. Bu nedenle Gabriel testi ile analize devam edilmiştir. Sonuçlar Tablo 13’te sunulmuştur:

Tablo 13.*Meslek Gruplarına Göre ANOVA Testi Sonuçları*

Meslek	N	\bar{x}	ss	Levene		Anova		Anamlı Fark
				Levene	p	F	p	
Eğitim (a)	161	84,56	24,40					
Sağlık (b)	25	83,56	27,98					
Mühendislik ve Teknoloji (c)	26	75,65	24,35					
Kamu Hizmet ve Yönetim (d)	21	74,33	28,91					
Finans ve Bankacılık (e)	13	112,69	29,26					a-e
İletişim ve Pazarlama (f)	7	91,43	14,94	1,537	,134	2,815	,003	c-e d-e
Sanat ve Tasarım (g)	10	78,2	23,87					
Ticaret ve Satış (h)	16	80,87	31,39					
Ev Hanımı ve Emekliler (j)	37	90,95	31,92					
Diğer(k)	18	92,17	30,56					
Toplam	334	85,13	27,27					

Tablo 13 incelendiğinde, paylaşan ebeveynlik düzeylerinin ebeveynlerin meslek grubuna göre anlamlı fark gösterdiği görülmektedir ($F=2,815$, $p<,05$). Yapılan Gabriel testine göre Finans ve Bankacılık sektöründe çalışan ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeyleri eğitim sektörü, mühendislik ve teknoloji sektörü ve kamu hizmet ve yönetim sektöründe çalışan ebeveynlere göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bu fark Finans ve Bankacılık sektöründe çalışan ebeveynler lehinedir.

3.2.5. Sahip Olunan Çocuk Sayısına göre Paylaşan Ebeveynlik Düzeyinin İncelenmesi

Çalışma kapsamında "Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeyleri ebeveynlerin sahip olduğu çocuk sayısına göre anlamlı fark göstermekte midir?" sorusuna cevap aranmıştır. Ebeveynlerin sahip olduğu çocuk sayısının paylaşan ebeveynlik düzeyleri üzerindeki etkisini incelemek için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Levene testi, grupların homojen olduğunu ancak kişi sayılarının farklı dağıldığını göstermiştir. Bu nedenle Gabriel testi kullanılmıştır. Sonuçlar Tablo 14'te sunulmuştur:

Tablo 14.*Sahip Olunan Çocuk Sayısına Göre ANOVA Testi Sonuçları*

Çocuk Sayısı	N	\bar{x}	ss	Levene		Anova		Anamlı Fark
				Levene	p	F	p	
1 çocuk (a)	152	89,99	28,44					
2 çocuk (b)	145	80,79	25,68					
3 çocuk (c)	33	82,66	25,20					a-b
3 üzeri çocuk (d)	4	78,50	33,99	1,012	3,88	3,058	,028	b-a
Toplam	34	85,13	27,27					

Tablo 14 incelendiğinde, paylaşan ebeveynlik düzeyleri ebeveynlerin sahip olduğu çocuk sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir ($F=3,058$, $p<,05$). Gabriel testi sonuçlarına göre bir

çocuk sahibi ebeveynler ile iki çocuk sahibi ebeveynler arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu fark bir çocuk sahibi ebeveynler lehinedir.

3.2.6. Sosyal Medya Kullanım Sıklığına Göre Paylaşan Ebeveynlik Davranışının İncelenmesi

Çalışma kapsamında son olarak "Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeyleri ebeveynlerin sosyal medya kullanım sıklığına göre anlamlı fark göstermekte midir?" sorusuna cevap aranmıştır. Ebeveynlerin sosyal medya kullanım sıklıklarının paylaşan ebeveynlik düzeyleri üzerindeki etkisini incelemek için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Levene testi, grupların homojen olduğunu ancak kişi sayılarının farklı dağıldığını göstermiştir. Bu nedenle Gabriel testi kullanılmıştır. Sonuçlar Tablo 15'te sunulmuştur:

Tablo 15.

Sosyal medya kullanım sıklık ANOVA Testi Sonuçları

Sıklık Düzeyi	N	\bar{x}	ss	Levene		Anova		Anamlı Fark
				Levene	p	F	p	
Çok sık (Günde 8 saatten fazla) (a)	13	105,15	31,56					
Sık (Günde 6 - 8 saat arası) (b)	39	104,46	24,11					a/d-e
Bazen (Günde 4 - 6 saat arası) (c)	86	88,56	26,85					b/c-d-e
Az (Günde 2 - 4 saat arası) (d)	124	80,92	24,88	,723	,577	12,02	,000	c/c-e
Nadiren (Günde 2 saatten az) (e)	72	74,20	25,06					d/a-b
Toplam	334	85,13	27,27					e/a-b-c

Tablo 15 incelendiğinde, paylaşan ebeveynlik düzeylerinin ebeveynlerin sosyal medya kullanım sıklığına göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir ($F= 12,02$, $p < ,05$). Yapılan Gabriel testine göre sosyal medya kullanım sıklığına göre bütün gruplar arasında paylaşan ebeveynlik düzeyi anlamlı fark göstermektedir. Beklendiği gibi en yüksek ortalama puan günde sekiz saatten fazla sosyal medya kullanan gruba aittir.

3.3. Nitel Verilerin Analizi ile Elde Edilen Sonuçlar

3.3.1. Paylaşan Ebeveynlik Davranışında Bulunan Ebeveynlerin Görüşleri

Çalışmada ilk olarak, çalışmaya katılan ebeveynlerin sosyal medya paylaşım sıklıkları incelenmiştir. Paylaşan ebeveynlik davranışı sergileyen bu katılımcıların önemli bir çoğunluğu günlük ya da haftalık en azından bir gönderi paylaşmaktadır. Sonuçlar Tablo 16'da sunulmuştur:

Tablo 16.

Sosyal medya paylaşım sıklığı

Tema	Kod	Katılımcılar	f
Gönderim Sıklığı	Haftalık Paylaşım	E1, E3, E7, E10, E11, E12, E13	7
	Günlük Paylaşım	E4, E5, E8, E9, E14, E15	6
	Ayda Bir Gönderi	E2, E6	2

Tablo 16 incelendiğinde, ebeveynlerin sosyal medya hesaplarında en yaygın paylaşım sıklığının haftada en az bir gönderi ($f=7$) olduğu bunu günde en az bir gönderi ($f=6$) paylaşımının

takip ettiği ve en düşük sıklığın ise ayda bir gönderi (f=2) olduğu görülmektedir. Bazı ebeveynlerin gönderi paylaşım sıklığına dair görüşleri aşağıda verilmiştir.

E3 (Anne, Öğretmen, 40 Yaş, İki Çocuk): *“Haftada iki ya da üç paylaşım yaparım genellikle.”*

E8 (Anne, Eğitim Koçu, 33 Yaş, İki Çocuk): *“Her gün hikâye paylaşıyorum. İki-üç artık ne kadar denk gelirse.”*

Ebeveynlerle yapılan görüşmelerde, paylaşan ebeveynlik davranışının en çok özel günlerde gerçekleştiği belirlenmiştir. Bunu sırasıyla aileyle vakit geçirirken, çocukların başarılarını paylaşma ve tatil dönemlerinde paylaşım yapma takip etmektedir. Sonuçlar Tablo 17’de sunulmuştur:

Tablo 17.

Ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarını paylaşma sebepleri

Tema	Kod	Katılımcılar	f
Paylaşım Durumları	Özel Günler	E4, E6, E10, E11, E12, E13, E14, E15	8
	Aile ile Vakit Geçirme	E2, E5, E8, E9, E11	5
	Başarı	E1, E7, E9, E10,	4
	Tatil	E3, E7, E12	3

Tablo 17 incelendiğinde, katılımcıların paylaşan ebeveynlik davranışını en çok özel günlerde gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır (f=8). Bunu sırasıyla aileyle vakit geçirme, çocukların başarılarını ve tatil anlarını paylaşma takip etmektedir. Ebeveynlerin konu ile ilgili görüşlerini en iyi yansıtan alıntılar aşağıda sunulmuştur:

E9 (Anne, Öğretmen, 40 Yaş, Bir Çocuk): *“Bunlar şeyle ilgili işte güzel bir ailecek bahçeye gittiğimizde bahçede koşuşmaları olur başarıları olur. Onları paylaşıyorum ama çocuğun yüzünü olabildiğince göstermemeye çalışıyoruz öyle.”*

E10 (Anne, Ev Hanımı, 38 Yaş, 3 Çocuk): *“Hangi durumlarda belki mesela okul başarıları ondan sonra ne bileyim güzel bir etkinlik örneğin okul etkinliği o tarz şeylerde.”*

Katılımcıların paylaşan ebeveynlik davranışlarını gerçekleştirirken yoğun olarak hissettikleri duygular mutluluk ve gurur olarak tespit edilmiştir. Ancak katılımcıların neredeyse tamamı mutluluk eksenli cevap vermişlerdir (f=12). İki katılımcı ise çocukları ile ilgili paylaşımlara bir anlam yüklemediklerini yani hiçbir şey hissetmediklerini belirtmişlerdir (E6, E11). Bu bilgiler Tablo 18’de sunulmuştur:

Tablo 18.

Paylaşan ebeveynlik davranışı gösterirken hissedilen duygular

Tema	Kod	Katılımcılar	f
Hissedilen Duygular	Mutluluk	E1, E2, E3, E4, E5, E7, E8, E9, E10, E13, E14, E15	12
	Gurur	E1, E12	2

Tablo 18 incelendiğinde, ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik davranışı gerçekleştirdiklerinde daha çok mutluluk duygusunun hâkim olduğu anlaşılmaktadır. Ebeveynlerin konu ile ilgili görüşlerini en iyi yansıtan alıntılar aşağıda sunulmuştur:

E1 (Anne, Öğretmen, 39 Yaş, Bir Çocuk): *“Gurur duyuyorum, mutlu oluyorum ve mutluluğumu paylaşma ihtiyacı duyuyorum.”*

E4 (Anne, Öğretmen, 35 Yaş, Bir Çocuk): *“Daha duygusal düşünceler, mutluluk gibi daha çok yani hani çocuğumun büyüdüğünü arkadaşlarımla görmesi bir de uzak mesafedeki yaşayan kişilerle iletişim açısından bir iletişim aracı olarak daha çok.”*

Katılımcıların paylaşan ebeveynlik davranışını gösterme motivasyonları hakkındaki görüşleri alınmıştır. Bir başka deyişle ebeveynlerin neden çocukları ile ilgili paylaşım yapmayı tercih ettikleri incelenmiştir. Katılımcıların görüşleri Tablo 19’da verilmiştir:

Tablo 19.

Ebeveynlerin Çocukları ile İlgili İçerik Paylaşma Motivasyonları

Tema	Kod	Katılımcılar	f
İçerik Paylaşma Motivasyonları	Anı Kalması	E3, E4, E5, E6, E7, E8, E10, E12, E13, E14, E15	11
	Akrabalarla İletişim	E1, E2, E4, E9	4
	Başka Paylaşımları Görme	E1, E15	2
	Mutluluk	E11, E13	2

Tablo 19 incelendiğinde, ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili paylaşımlar yapma nedeni öncelikle anı biriktirmek (f=11) ikinci olarak ise uzaktaki akrabalarla iletişim olarak tespit edilmiştir (f=3). Ebeveynlerin konu ile ilgili görüşlerini en iyi yansıtan alıntılar aşağıda sunulmuştur:

E4 (Anne, Öğretmen, 35 Yaş, Bir Çocuk): *“Instagramı bir albüm olarak görüyorum dijital dünyada. Çünkü biliyorsunuz basılı albüm artık kalmadı. Kızıma dair bir arşiv olarak gördüğüm için paylaşıyorum. Asıl amacım o yani bir arşiv, anı olarak kalması. Daha önce söylediğim gibi uzaktakilerle iletişim de var tabii.”*

E8 (Anne, Eğitim Koçu, 33 Yaş, İki Çocuk): *“Anı olarak kalmasını istiyorum. Hani o tarzda bir durumlardan dolayı yoksa böyle her anlarını paylaşımca biri değilim.”*

Son olarak, ebeveynlerin çocuklarının dijital mahremiyeti konusundaki endişeleri ve aldıkları önlemler incelenmiştir. Katılımcıların görüşleri çocuğunun yüzünü göstermeme, mahrem bölgelerini paylaşmama ve bu konuda önlem almayı gerekli görmeyenler olarak üç gruba ayrılmıştır. Sonuçlar Tablo 20’de sunulmuştur:

Tablo 20.

Çocuğun Dijital Mahremiyetiyle İlgili Duyulan Endişeye Yönelik Alınan Önlemler

Tema	Kod	Katılımcılar	f
Alınan Önlemler	Yüzünü Göstermeme	E1, E2 E3, E8, E9, E10, E13, E14, E15	9
	Özel Bölgelerini Paylaşmama	E4, E5, E6, E7	4
	Düşünmedim	E11, E12	2

Tablo 20 incelendiğinde, ebeveynlerin çocuklarının dijital mahremiyetini sağlamaya yönelik aldıkları en yaygın önlem çocukların yüzlerini göstermemek (f=9) şeklindedir. Sıklıkla alınan ikinci önlem ise çocukların özel bölgelerini paylaşmamak olarak belirtilmiştir (f=4). Ebeveynlerin konu ile ilgili görüşlerini en iyi yansıtan alıntılar aşağıda sunulmuştur:

E13 (Anne, Grafiker, 34 Yaş, Bir Çocuk): *“Biliyorsunuz ki çocuklar üzerinden yapılan çok fazla kötü şeyler var. Bu yüzden de çocuğumun çok fazla yüzünü paylaşmam nadir paylaşıyorum.”*

E15 (Anne, Hemşire, 25 Yaş, Bir Çocuk): *“Yüzünü paylaşmayı azalttım. Çünkü korkuyorum yani endişe duyuyorum.”*

3.4. Paylaşan Ebeveynlik Davranışına Maruz Kalan Öğrencilerin Görüşleri

Paylaşan ebeveynlik davranışına maruz kalan öğrencilere ilk olarak ebeveynlerinin sosyal medyada geçirdikleri zaman sorulmuştur. Çocuklara göre ebeveynleri sosyal medyada oldukça fazla zaman geçirmektedirler. Bu duruma ilişkin öğrenci görüşleri aşağıda sunulmuştur:

Ö3 (Erkek, 6. Sınıf, 11 Yaş) : *“10 bin takipçili bir hesapları var bu yüzden çok zaman geçiriyorlar, annem aşağı yukarı beş saat geçiriyordur. Babam sekiz saat falan geçiriyordur.”*

Ö6 (Erkek, 5. Sınıf, 10 Yaş): *“Sosyal medyayı evde çok kullanıyor. Bazen tuvalette kullanıyor, sesler geliyor aşağı yukarı yedi saat geçiriyordur.”*

Ardından çocuklara, ebeveynlerinin sosyal medyada fotoğraflarını paylaşmalarına yönelik duyguları sorulmuştur. Çocukların önemli bir çoğunluğu olumsuz hissettiklerini belirtmişlerdir. Bu olumsuz duygular arasında özellikle utanç öne çıkmaktadır. Çocukların görüşlerini en iyi yansıtan alıntılar aşağıda sunulmuştur:

Ö7 (Erkek, 5. Sınıf, 10 Yaş): *“Utaniyorum biraz sosyal medyada görünmekten. Bunu da anneme söylemiyorum ama bunu da utandığım için söyleyemiyorum. Onlar anılarımızı paylaşıyor. Ama görülmesini istemiyorum.”*

Ö11 (Kadın, 6. Sınıf, 12 Yaş): *“Benden izin almadan paylaşımların bence normal değil. Ben istediğim şeyleri paylaşabilseler daha iyi olabilirdi benim için. Onun için pek memnun değilim bu durumdan. Beni kullanarak reklam yapmak yerine daha çok kendilerini kullanarak reklam yapmaları daha iyi olabilirdi.”*

Ebeveynlerin çocuklarına ilişkin paylaşım yapmadan önce izin almalarının çocukları mutlu ettiği ve daha güvende hissettirdiği tespit edilmiştir. Ancak çocukların izni alınmadan yapılan paylaşımların çocukları rahatsız ettiği, utandırdığı ve üzdüğü görülmüştür. Çocukların konu ile ilgili görüşlerini en iyi yansıtan bazı alıntılar şu şekildedir:

Ö2 (Erkek, 2. Sınıf, 8 Yaş): *“Ben genellikle istediklerinde evet diyorum ve şey zaten bana soruyorlar. Sorunca da seviniyorum işte.”*

Ö9 (Kadın, 7. Sınıf, 12 Yaş): *“İzin almıyorlar, ben hikâyelerinde görüyorum. Genel olarak annemle babamla çok takipçisi olduğu için tanımadığım insanların benim hallerimi görmesini, yeni fotoğraflarımı görmesinden rahatsız oluyorum tabii. Ben kendi hesabına bile çok öyle fotoğrafımı paylaşmazken çok tanımadığım insanların fotoğrafımı görmesi rahatsız edici en azından izin alsalar beğenmediğim hikâyeleri atmalarını engelleyebilirim.”*

4. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada çalışma grubunun paylaşan ebeveynlik durumları çoklu yöntem yaklaşımı ile incelenmiştir. Çalışma kapsamında ulaşılan en temel sonuç, çalışmaya katılan 334 ebeveynin orta düzeyde paylaşan ebeveynlik davranışı sergilediğini göstermektedir. Benzer şekilde Türkiye’de yapılan bazı araştırmalarda da ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eğilimleri orta düzey olarak belirlenmiştir (Kopuz, 2021; Turgut ve diğ., 2021). Genel olarak mevcut alan yazındaki araştırmalar incelendiğinde hem Türkiye’de hem de yurt dışında paylaşan ebeveynlik davranışının yaygın olduğu görülmektedir (Aslan ve Durmuş, 2020; Kopecky ve diğ., 2020). Paylaşan ebeveynlik davranışının hem ülkemizde hem de farklı ülkelerde benzer şekilde yaygın olmasının muhtemel sebebi bu davranışın bireysel veya kültürel tercihlerden çok teknolojik dinamikler tarafından şekilleniyor olmasıdır. Sosyal medya platformlarının işleyişi (örneğin algoritmaların beğeni ve yorumları öne çıkarması, paylaşımları görünür kılmayı), ebeveynleri

sürekli içerik üretmeye ve paylaşım yapmaya teşvik etmektedir. Bu durum takdir edilme, sosyal onay alma, dijital kimlik inşa etme ve aidiyet hissetme gibi psikososyal ihtiyaçlarla birleştiğinde, farklı toplumlarda anneler ve babalar üzerinde benzer etkiler ortaya çıkmaktadır.

Mevcut çalışmada, ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik davranışlarıyla gidermeye çalıştıkları ihtiyaçların öncelik sırası belirlenmiştir. Bulgular, bilişsel ihtiyaçlar kategorisinde yer alan bilme ve öğrenme gereksiniminin ilk sırada olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuç, ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarını öncelikle bilişsel ihtiyaçlarını karşılama amacıyla gerçekleştirdiklerini göstermekte ve alan yazınla paralellik arz etmektedir (Kopuz, 2021; Latipah ve diğ., 2020). Bu durumun muhtemel nedeni, ebeveynlerin dijital ortamı güncel bilgileri edinmenin yanı sıra çocuk bakımı, eğitim ve gelişim süreçlerine ilişkin deneyimlerini paylaşarak bilgi alışverişinde bulunabilecekleri bir araç olarak görmeleridir. Nitekim daha önce vurgulandığı gibi Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, bireylerin sosyal medyayı yalnızca eğlence amacıyla kullanmadığını belirtmektedir. Bireyler bilgi edinme, öğrenme ve kendini geliştirme gibi bilişsel doyum sağlayıcı motivasyonlarla da sosyal medya kullanımını tercih etmektedir (Ruggiero, 2000). Ayrıca nitel veriler, ebeveynlerin özellikle özel günlerde çocuklarıyla ilgili paylaşım yapma oranlarının yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgu, paylaşılan ebeveynlik davranışlarının yalnızca bilişsel değil aynı zamanda duygusal ihtiyaçlar ve sosyal bağ kurma motivasyonlarıyla da ilişkili olduğunu göstermektedir. Çevrim içi ortamlar aracılığıyla deneyimlerini paylaşılan ebeveynler, diğer ebeveynlerin rollerinde daha emin ve donanımlı hissetmelerine katkı sağlamaktadır (Çelik, 2019; Fox ve Hoy, 2019; Kopecky ve diğ., 2020).

Mevcut çalışmanın bir diğer bulgusu, ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarına ilişkin paylaşım yapma düzeyine bağlı olarak gidermeye çalıştıkları ihtiyaçların öncelik sırasının farklılaştığını göstermektedir. Düşük düzeyde paylaşım yapan ebeveynlerde bilişsel ihtiyaçlar ön plana çıkarken orta ve yüksek düzeyde paylaşım yapanlarda duygusal ihtiyaçların daha belirleyici olduğu görülmektedir. Bu bulgu paylaşım sıklığı arttıkça ebeveynlerin ihtiyaç yönelimlerinde bilişsel doyumdan duygusal tatmine doğru bir kayma yaşandığını ortaya koymaktadır. Bu sonuç, alan yazındaki önceki araştırmalarla örtüşmektedir (Motevalli ve diğ., 2025). Buna karşın özellikle farkındalıklı paylaşım yaklaşımını benimseyen ebeveynlerin, sosyal onay veya duygusal motivasyonları güçlü olsa da mahremiyet risklerini gözeterek paylaşım düzeyini bilinçli biçimde sınırladıkları belirtilmektedir (Walrave ve diğ., 2023).

Bu çalışmada, paylaşılan ebeveynlik puanlarının ebeveyn rolüne göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Yani hem annelerin hem de babaların ebeveynlik rollerinden bağımsız olarak, çocuklarıyla ilgili içerikleri paylaşmaya meyilli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Kopuz'un (2021) araştırması ile uyumludur. Ancak bazı çalışmalar annelerin babalardan daha çok çocuklarıyla ilgili içerik paylaşma eğiliminde olduklarını ortaya koymuştur (Akpınar ve diğ., 2020; Aslan ve Durmuş, 2020; Baştemur ve diğ., 2021). Bu sonuç paylaşılan ebeveynlik durumunun ebeveynlerin dijital medya kullanım alışkanlıklarına ve dijital okuryazarlık düzeylerine göre farklılık gösterebileceğini düşündürmektedir. Mevcut çalışmaya göre ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik düzeyleri ebeveyn yaşı ve eğitim durumu değişkenlerine göre anlamlı fark göstermemektedir. Bu sonuç, paylaşılan ebeveynliğin bireysel demografik değişkenlerden daha çok sosyal medya kullanım alışkanlığı ve dijital okuryazarlık gibi dinamiklerle ilişkili olduğunu vurgulayan önceki çalışmalarla uyumludur (Aslan ve Durmuş, 2020; Barnes ve Potter, 2020; Blum-Ross ve Livingstone, 2017; Kılıç ve diğ., 2023).

Çalışmada dikkat çekici bir bulgu olarak, paylaşılan ebeveynlik düzeylerinin ebeveynlerin meslek gruplarına göre anlamlı biçimde farklılaştığı görülmüştür. Özellikle Finans ve Bankacılık sektöründe çalışan ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik düzeyleri, eğitim, mühendislik-teknoloji ve kamu hizmet-yönetim sektörlerinde çalışan ebeveynlere kıyasla daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuç finans ve bankacılık sektöründe çalışan bireylerin yoğun dijitalleşme, teknolojiye uyum ve yüksek sosyal medya kullanım oranlarıyla ilişkilendirilebilir. Ayrıca finans sektörünün rekabetçi doğası, bireyleri dijital mecralarda benlik sunumu ve başarı gösterimi konusunda daha aktif

kılıyor olabilir. Alan yazında meslek grupları özelinde paylaşan ebeveynlik düzeylerine ilişkin yapılmış doğrudan bir araştırmaya rastlanmamış olması bu sonucu tartışma noktasında bir sınır yaratmaktadır.

Çalışmada bir çocuk sahibi olan ebeveynlerin iki çocuk sahibi olan ebeveynlere kıyasla daha çok paylaşan ebeveynlik davranışı sergiledikleri sonucuna varılmıştır. Bu durum çocuk sayısı arttıkça anne babaların meşguliyetlerinin artması sonucu sosyal medyaya ayırdıkları zamanın azalmasından kaynaklanıyor olabilir. Bu sonucun bir diğer sebebi de ilk kez ebeveyn olmanın beraberinde getirdiği yüksek heyecan, çocuğun gelişim sürecini belgeleme isteği ve sosyal çevreden onay alma motivasyonunun paylaşan ebeveynlik davranışını artırabileceğini düşündürmektedir. Alan yazında da benzer sonuçlara ulaşan araştırmalar mevcuttur (Aslan ve Durmuş, 2020; Bartholomew ve diğ., 2012; Kopuz, 2021).

Katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıklarına göre paylaşan ebeveynlik davranışlarına bakıldığında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Bu bulgular, sosyal medya kullanan ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili içerikleri paylaşma eğilimleri üzerinde önemli bir etki yarattığını ortaya koymaktadır. Daha fazla sosyal medya kullanan ebeveynler, daha fazla bağlantıda kalma ve sosyal ağlarını genişletme ihtiyacı duyabilirler. Bu durum, çocuklarıyla ilgili içerikleri paylaşma eğilimlerini de artırabilir. Daha az sosyal medya kullanan ebeveynler ise dijital dünyada daha az aktif olabilirler ve çocuklarıyla ilgili mahremiyet endişeleri duyabilirler. Bu durum, paylaşan ebeveynlik davranışlarını sınırlayabilir.

Çalışmada günde sekiz saatten fazla sosyal medya kullanan ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeylerinin anlamlı şekilde arttığı ortaya çıkarılmıştır. Alan yazındaki önceki araştırmalarda da beklenildiği gibi sosyal medya kullanım süresi ile paylaşım sıklığı arasında pozitif bir ilişki raporlanmaktadır (Olpin ve diğ., 2023; Ouvrein ve Verswijvel, 2019).

Çalışmanın nitel boyutunda yine çarpıcı sonuçlara ulaşılmıştır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu gündelik ya da haftalık en az bir gönderi paylaşmaktadır. Bu paylaşımlar özellikle aile için özel günlerde yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte aileyle geçirilen anlar, çocukların başarıları ve tatillere ait içerikler de sıklıkla paylaşılmaktadır. Bu sonuç ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik davranışlarının çocuğun gelişim sürecini arşivlemek, mutluluklarını paylaşmak ve sosyal çevreden onay almak amacıyla gerçekleştirdiklerini göstermektedir. Paylaşımları sonucu ebeveynlerin mutluluk ve gurur hissettikleri sonucuna varılmıştır. Tüm bu sonuçlar ebeveynlerin çoğunlukla pozitif duyguları pekiştirmek ve ebeveyn kimliğini sergilemek için paylaşan ebeveynlik sergiledikleri yönündeki alan yazın ile paralellik göstermektedir (Motevalli ve diğ., 2025). Bir diğer önemli sonuç, ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik davranışlarını motive eden temel unsurun anı biriktirme ve dijital bir arşiv oluşturma isteği olduğunu göstermektedir. Sosyal medyanın bir dijital albüm olarak görülmesi alan yazında sıklıkla vurgulanmaktadır (Kumar ve Schoenebeck, 2015). Ayrıca uzaktaki akrabalarla iletişim kurma motivasyonu da sıklıkla dile getirilmiştir. Buna göre paylaşan ebeveynliğin aile içi sosyal bağları sürdürme işlevi taşıdığı ifade edilebilir (Ouvrein & Verswijvel, 2019). Nitekim yapılan araştırmalar Instagram'ın sınırlı da olsa bir arşivleme olanağı sunduğunu ve ebeveynlerin bu platformu çocuklarının gelişim süreçlerini yakınlarıyla paylaşmak için tercih ettiğini göstermektedir (Esfandiari ve Yao, 2022; Siibak ve Traks, 2019). Çalışmaya katılan ebeveynlerin büyük bölümünün çocuklarının yüzlerini göstermemeye veya özel bölgelerini paylaşmamaya yönelik önlemler aldıkları da dikkat çekici bir sonuçtur. Bu durum, ebeveynlerin dijital ortamların risklerinin farkında olduklarını ve en azından temel düzeyde mahremiyet stratejileri geliştirdiklerini göstermektedir (Walrave ve diğ., 2023). Ancak iki katılımcının bu konuda herhangi bir önlem almadığını belirtmesi, farkındalığın her ebeveynde eşit düzeyde olmadığını ve dijital risklerin tüm ebeveynlerce aynı hassasiyetle değerlendirilmediğini ortaya koymaktadır. Bunu destekler şekilde Ivakić ve Mandarić Vukušić (2023) tarafından yürütülen çalışmada, Instagram platformundaki paylaşımlar incelenmiş ve ebeveynlerin, çocuklarının mahremiyet haklarına yeterince özen göstermedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Paylaşan ebeveynlik davranışına maruz kalan öğrencilerin görüşleri, ebeveynlerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin fazla olduğuna ve bunun çocuklar tarafından dikkatle gözlemlendiğine işaret etmektedir. Özellikle günlük yaşamda ebeveynlerin uzun saatler boyunca sosyal medya kullanması, çocukların ebeveynlerini aşırı sosyal medya kullanıcıları olarak algılamalarına neden olmaktadır. Bu algı, ebeveyn-çocuk ilişkilerinde dijital zaman yönetimi ve rol model olma bağlamında önemli bir tartışma alanı açmaktadır (Hiniker ve diğ., 2016). Çocukların ifadelerinde öne çıkan bir diğer sonuç, ebeveynlerin çocuklarına ait görselleri paylaşmaları sırasında genellikle izin almadıkları ve bu paylaşımlarının çocuklarda genellikle olumsuz duygular uyandırmasıdır. Bu duygular arasında en belirgin olanı utançtır. Çocukların sosyal medyada görünür olmaktan rahatsızlık duymaları paylaşan ebeveynliğin çocukların öznel deneyiminde her zaman olumlu karşılanmadığını göstermektedir. Nitekim Ouvrein ve Verswijvel (2019) de benzer şekilde, ergenlerin ebeveynlerinin paylaşımlarından sıklıkla utanç duyduklarını ve bunun akran ilişkilerini olumsuz etkileyebildiğini rapor etmiştir. Dijital ortamda çocukların özerklik ve mahremiyet haklarına değer verilmesi gerekmektedir. Alan yazında da benzer bulgular yer almaktadır. Verswijvel ve diğerleri (2019) çocukların, ebeveynleri tarafından sosyal medyada paylaşılan içerikler üzerinde söz hakkına sahip olmayı istediklerini ve izin mekanizmasının çocukların dijital refahını desteklediğini belirtmektedir. Bu bağlamda mevcut çalışma, paylaşan ebeveynliğin yalnızca ebeveynlerin motivasyonlarına göre şekillenmemesi gerektiğini aynı zamanda çocukların duygusal deneyimleri ve hak talepleriyle birlikte ele alınması gerektiğini göstermektedir. Özellikle çocukların rızası ve katılım hakkı gözetilmediğinde, paylaşan ebeveynliğin çocukların dijital kimlik algısı ve psikososyal gelişimleri üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceği söylenebilir. Sonuçlar ışığında şu önerilerde bulunulabilir:

- Çalışmada ebeveynlerin orta düzeyde paylaşan ebeveynlik sergiledikleri tespit edilmiştir. Bu kapsamda ebeveynlere yönelik dijital okuryazarlık, çocukların dijital mahremiyeti ve sorumlu paylaşım konularında seminer, atölye ve rehberlik programları düzenlenebilir. Böylece ebeveynlerin farkındalıkları artarak çocuklarının haklarını gözeten daha bilinçli paylaşımlar yapmaları sağlanabilir. Paylaşan ebeveynliğin çocuklar üzerindeki etkilerine ilişkin toplumsal farkındalığı artırmak amacıyla kamu spotları, medya içerikleri ve sosyal sorumluluk projeleri hayata geçirilebilir. Bu sayede ebeveynlerin, paylaşımlarının çocukların psikososyal gelişimine olası etkilerini daha iyi kavramaları sağlanabilir.
- Çalışmada, ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik düzeylerinin demografik değişkenlerden daha çok sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve dijital okuryazarlık düzeyleriyle ilişkili olabileceği görülmüştür. Bu nedenle, ebeveynlerin dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmeye ve bilinçli sosyal medya kullanımını teşvik etmeye odaklanan eğitimler verilebilir.
- Çalışmada ebeveynlerin paylaşımlar öncesinde genellikle çocuklarının rızasını almadıkları ancak çocukların bunu bekledikleri sonucuna varılmıştır. Bu nedenle çocukların rızasının alınması gerektiği ebeveynlere aktarılmalı ve bu konuda farkındalık çalışmaları yapılmalıdır. Çocukların dijital kimliklerinin inşasında söz sahibi olmaları gerektiği açıklanmalıdır.
- Çocukların ebeveynlerinin sosyal medyada çok zaman harcadıklarının farkında oldukları tespit edilmiştir. Bu nedenle ebeveynlere çocuklara rol model olmaları gerektiği açıklanmalıdır.

Sınırlılıklar

Bu çalışmada elde edilen verilerin yorumlanmasında bazı sınırlılıkları dikkate almak gerekir. Öncelikle çalışma yalnızca İç Anadolu Bölgesi'ndeki büyük bir şehirde yürütülmüş ve farklı coğrafi bölgelerden ebeveynleri kapsamamaktadır. Bu durum, bulguların genellenebilirliğini azaltmakta ve elde edilen sonuçların yalnızca benzer sosyo-kültürel bağlamlara aktarılabilmesini mümkün kılmaktadır. İleride yapılacak araştırmalar, farklı coğrafi bölgelerden ve sosyo-ekonomik düzeylerden katılımcıları kapsayacak şekilde düzenlenebilir ve

bu sayede sonuçların genellenebilirliği artırabilir. Ayrıca kullanılan ölçek öz-bildirim temellidir. Katılımcıların yanıtları sosyal beğenirlik yanlılığı veya kişisel önyargılardan etkilenmiş olabilir. Bu da elde edilen bulguların nesnellliğini sınırlandıran bir unsur olarak değerlendirilebilir. Gelecek araştırmalarda öz-bildirime ek olarak gözlem, dijital iz sürme veya karma yöntemlerle geliştirilen araçların kullanılması elde edilen bulguların güvenilirliğini ve derinliğini artıracaktır.

Nitel boyut açısından, çalışma grubunun paylaşan ebeveynlik ölçek puanı en yüksek 15 ebeveyn ve onların çocukları ile sınırlı olması, bulguların sadece belirlenen ölçütlere sahip bireylerin deneyimlerini yansıtmaya neden olmuştur. Ayrıca öğrencilerin yaş grupları 8 ile 12 arasında geniş bir aralık göstermektedir. Bu da çocukların gelişimsel düzeylerindeki farklılıkların, paylaşan ebeveynlik konusundaki algı ve yorumlarına yansımaya neden olabilir. Dolayısıyla elde edilen bulgular, yaşa bağlı gelişimsel farklılıklardan etkilenmiş olabilir. Gelecek araştırmalar daha homojen yaş gruplarıyla çalışarak gelişimsel farklılıkların bulgular üzerindeki etkisini azaltabilir. Benzer şekilde nitel çalışma grubunda anne ve baba sayısı eşit değildir. Anneler çoğunluğu oluşturmaktadır. Bu durum, paylaşan ebeveynlik davranışlarının daha çok annelerin bakış açısından yansıtılmasına ve babaların deneyimlerinin sınırlı kalmasına yol açmıştır. Bu nedenle ilerleyen çalışmalarda ebeveyn cinsiyet dağılımının dengeli tutulması, paylaşan ebeveynlik davranışlarının farklı cinsiyet rolleri bağlamında daha kapsamlı incelenmesine katkı sağlayacaktır. Çalışma verilerinin belirli bir zaman diliminde toplanmış olması da bu çalışmanın ebeveyn ve çocukların deneyimlerini yalnızca kesitsel bir bakış açısıyla ele almaktadır. Gelecek çalışmalarda boylamsal araştırma desenlerinin kullanılması, ebeveyn ve çocukların sosyal medya kullanım pratiklerinin nasıl değiştiğini göstermede daha derinlemesine bir bakış açısı sunabilir.

Etik Komite Onayı: Bu araştırma için Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Rektörlüğünden (29.03.2024 tarih ve 22504254-050.04 dosya numarası) etik izin alınmıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Yazarlar; bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve yayımlanması için 1. Yazar %40, 2. %30 ve 3. Yazar %30 oranında katkı sağlamışlardır.

Çıkar Çatışması: Yazar(lar); bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve yayımlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması beyan etmemiştir.

Finansal Destek: Yazar(lar); bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve yayımlanması için herhangi bir finansal destek almamıştır.

Yapay Zekâ Kullanımı Bildirimi: Yazar (lar); bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve yayımlanması için herhangi bir yapay zekâ aracından faydalanmamıştır.

Teşekkür: -

Kaynakça

- Akpınar, B. S., Paylan, N., Etlik, Ş., Erus, B. & Karakoç, H. (2020). "Sharenting" konusunda ebeveynlerin farkındalık düzeyleri. *Genel Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(2), 8-18.
- Ammari, T., Kumar, P., Lampe, C., & Schoenebeck, S. (2015). *Managing children's online identities: How parents decide what to disclose about their children online*. 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems.
- Aslan, S. & Durmuş, E. (2020). Okul öncesi dönemde güncel bir ebeveyn davranışı: Sharenting. *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 135-151. <https://journalofomepturkey.org/index.php/eccd/article/view/6>
- Baloğlu, E. (2023). Instagram çağının dijital ebeveynleri: Sharenting bağlamında bir inceleme. *TRT Akademi*, 8(19), 766-785. <https://doi.org/10.37679/trta.1328354>
- Barnes, R., & Potter, A. (2020). Sharenting and parents' digital literacy: An agenda for future research. *Communication Research and Practice*, 7(1), 6-20.
- Bartholomew, M. K., Schoppe-Sullivan, S. J., Glassman, M., Kamp Dush, C. M., & Sullivan, J. M. (2012). New parents' Facebook use at the transition to parenthood. *Family Relations*, 61(3), 455-469. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3729.2012.00708.x>
- Baştemur, Ş., Borucu, D. H. & Bulut, S. (2021). Ebeveynlerin çocuklarının fotoğrafını sosyal medyada paylaşmasının (sharenting) psikolojik sonuçları: Bir sharenting olgu incelemesi. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 28(2), 166-173.
- Bessant, C. (2018). Sharenting: Balancing the conflicting rights of parents and children. *Communications Law*, 23(1), 7-24.
- Blum-Ross, A., & Livingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125.
- Bryman, A., & Cramer, D. (2012). *Quantitative data analysis with IBM SPSS 17, 18 & 19: A guide for social scientists*. Routledge.
- Brosch, A. (2018). Sharenting—why do parents violate their children's privacy?. *The New Educational Review*, 54(4), 75-85. <https://doi.org/10.15804/tner.2018.54.4.06>
- Committee on the Rights of the Child. (2021). *General comment No. 25 (2021) on children's rights in relation to the digital environment (CRC/C/GC/25)*. Office of the High Commissioner for Human Rights. <https://www.ohchr.org/en/documents/general-comments-and-recommendations/general-comment-no-25-2021-childrens-rights-relation> **BM İnsan Hakları Ofisi**
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Sage.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Çelik, M. (2019). *Sosyal medyada anneliğin yeniden üretilmesi: Instagram örneği* [Yüksek lisans tezi]. İnönü Üniversitesi.
- Çimke, S., Yıldırım Gürkan, D. & Polat, S. (2018). Sosyal medyada çocuk hakkı ihlali: Sharenting. *Güncel Pediatri*, 16(2), 261-267.
- Çitil Akyol, C. & Sumbas, E. (2023). Sosyal medyada ebeveyn olmak: Babalar nerede?. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1282-1292. <https://doi.org/10.11616/asbi.1265506>

- Doğan-Keskin, A., Kaytez, N., Damar, M., Elibol, F., & Aral, N. (2023). Sharenting syndrome: An appropriate use of social media?. *Healthcare, 11*(10), 1-17. <https://doi.org/10.3390/healthcare11101359>
- Emin Ulum, Ş. (2021). *Sosyal medya kullanım alışkanlığının mahremiyet sorunlarına etkisi üzerine bir araştırma*. [Yüksek Lisans Tezi]. Uludağ Üniversitesi
- Esfandiari, M., & Yao, J. (2022). Sharenting as a double-edged sword: Evidence from Iran. *Information, Communication & Society, 26*(15), 2942-2960.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). Sage Publications.
- Fox, A. K., & Hoy, M. G. (2019). Smart devices, smart decisions? Implications of parents' sharenting for children's online privacy: An investigation of mothers. *Journal of Public Policy & Marketing, 38*(4), 414-432.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Gatto, A., Corsello, A., & Ferrara, P. (2024). Sharenting: Hidden pitfalls of a new increasing trend—Suggestions on an appropriate use of social media. *Italian Journal of Pediatrics, 50*(1), 1-4. <https://doi.org/10.1186/s13052-024-01584-2>
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*, 17.0 update (10th ed.). Pearson.
- Hiniker, A., Schoenebeck, S. Y., & Kientz, J. A. (2016). *Not at the dinner table: Parents' and children's perspectives on family technology rules*. 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing (1376–1389). ACM. <https://doi.org/10.1145/2818048.2819940>
- Ivakić, M., & Mandarić Vukušić, A. (2023). Representation of young children and preschoolers on their parents' Instagram profiles. *Medijske Studije, 14*(27), 105-124.
- Kalaman, S. (2025). Sharenting: A study on Instagram posts of influencer parents in Türkiye. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15*(2), 553-562.
- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review, 164*-181.
- Kılıç, B. O., Ateş, E. G., Kılıç, S., Çullaş İlarıslan, N. E., Konuksever, D., & Ulukol, B. (2023). Measuring sharenting behavior: Validity and reliability of the Turkish version of the Sharenting Evaluation Scale. *Annals of Medical Research, 30*(10), 1257–1263. <https://doi.org/10.5455/annalsmedres.2023.08.213>
- Kopecky, K., Sztokowski, R., Aznar-Díaz, I., & Romero-Rodríguez, J. M. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment: Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review, 110*, 104812. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104812>
- Kopuz, T. (2021). *Ebeveynlerin dijital dünyada paylaşımları: Sharenting*. [Yüksek lisans tezi]. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi.
- Kumar, P., & Schoenebeck, S. (2015). The modern day baby book: Enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook. *18th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing* (1302–1312). ACM. <https://doi.org/10.1145/2675133.2675149> ACM Digital Library

- Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F., & Putranta, H. (2020). Elaborating motive and psychological impact of sharenting in millennial parents. *Universal Journal of Educational Research, 8*(10), 4807-4817. <https://doi.org/10.13189/ujer.2020.081052>
- Lupton, D., & Williamson, B. (2017). The datafied child: The dataveillance of children and implications for their rights. *New Media & Society, 19*(5), 780-794. <https://doi.org/10.1177/1461444816686328> SAGE Journals
- Motevalli, S., Razak, R. A., Bailey, R. P., Madihie, A. B., Mehdinezhadnouri, K., & Pan, Y. (2025). Parents' sharenting behaviours: A systematic review of motivations, attitudes, perceptions, and impression management perspectives. *F1000Research, 14*, 448.
- Olpin, E., Hanson, C. L., & Crandall, A. (2023). Influence of social media uses and gratifications on family health among US Parents: A cross-sectional study. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 20*(3), 1-12.
- Omur, S. & Uyar, M. (2022). Sharenting: Türkiye'de ebeveynlerin paylaşım eğilimleri üzerine bir değerlendirme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (KIAD), 9*, 23-45.
- Omuralieva, N., Güneş Peschke, S. & Peschke, L. (2024). Anne ve babanın sosyal medyada çocukları ile ilgili paylaşımlarına (Sharenting) ilişkin hukuki bir değerlendirme. *Necmettin Erbakan Hukuk Fakültesi Dergisi, 7*(3), 861-886.
- Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review, 99*, 319-327. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.02.011>
- Ranzini, G., Newlands, G., & Lutz, C. (2020). Sharenting, peer influence, and privacy concerns: A study on the Instagram-sharing behaviors of parents in the United Kingdom. *Social Media Society, 1*-13. <https://doi.org/10.1177/2056305120978376>
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society, 3*(1), 3-37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Sarkadi, A., Dahlberg, A., Fängström, K., & Warner, G. (2020). Children want parents to ask for permission before 'sharenting'. *Journal of Paediatrics and Child Health, 56*(6), 981-983.
- Security.org. (2021). Parenting on social media: Survey report. Retrieved from <https://www.security.org/digital-safety/parenting-social-media-report/>
- Sharenting. (2021). *Urban Dictionary*. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Sharenting>
- Siibak, A., & Traks, K. (2019). The Dark Sides of Sharenting. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies, 11*(1), 115-121.
- Tartari, M., Lavorgna, A., & Ugwudike, P. (2023). Share with care: Negotiating children's health and safety in sharenting practices. *Media, Culture & Society, 45*(7), 1453-1470. <https://doi.org/10.1177/01634437231182002>
- Terkan, R. (2014). Sosyal medya ve pazarlama: Tüketicide kalite yansımaları. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 6*(1), 57-71.
- Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2024). Sharenting: A systematic review of the empirical literature. *Journal of Family Theory & Review, 16*(3), 525-562.
- Turgut, Y. E., Kopuz, T., Aslan, A., & Eryılmaz Toksoy, S. (2021). Factors affecting parents' share on social media about their children. *Cukurova University Faculty of Education Journal, 50*(1), 276-292. <https://doi.org/10.14812/cufej.809663>

- Walrave, M., Robbé S., Staes, L., & Hallam, L. (2023) Mindful sharenting: How millennial parents balance between sharing and protecting. *Frontiers in Psychology, 14* (1171611), 1-13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1171611>
- Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., & Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review, 104*(104401), 1-10.
- Whitehead, D. (2015). "The story god is weaving us into": Narrativizing grief, faith, and infant loss in us evangelical women's blog communities. *New Review of Hypermedia and Multimedia, 21*(1-2), 42-56. <https://doi.org/10.1080/13614568.2014.983559>

EK-1: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları*Ebeveynlere Yöneltilen Sorular*

- Sosyal medyada gönderi paylaşma sıklığınız nedir?
- Çocuklarınızla ilgili içerikleri paylaşmayı daha çok hangi durumlarda tercih ediyorsunuz? Neden?
- Çocuklarınızla ilgili paylaşım yaptığınızda neler hissediyorsunuz? Açıklar mısınız?
- Neden çocuklarınızla ilgili paylaşım yapma ihtiyacı duyuyorsunuz? Açıklar mısınız?
 - Motivasyonunuz nedir?
- Çocuğunuzun dijital mahremiyetini korumak için ne gibi önlemler alıyorsunuz?

Çocuklara Yöneltilen Sorular

- Sizce anne-babanız sosyal medyada ne kadar zaman geçiriyor?
- Ebeveynlerinizin sosyal medyada sizinle ilgili içerikler paylaşması size ne hissettirir açıklayınız?
- Ebeveynlerinizin sizinle ilgili içerik paylaşmadan önce size haber verir mi? Sizden izin alır mı? Açıklayınız?
 - Sizden izin alınmasını ister misiniz? Bunu önemser misiniz?

The Visibility of Families and Children on Social Media Platforms: Sharenting

Nagihan TANIK ÖNAL, Niğde Ömer Halisdemir University, ORCID ID: 0000-0002-5926-521X
Ayşe Gül İLHAN, Niğde Ömer Halisdemir University, ORCID ID: 0009-0002-9201-5957
Nezih ÖNAL, Niğde Ömer Halisdemir University, ORCID ID: 0000-0002-6979-262X

Highlights

- Parents exhibit a moderate level of sharenting behavior.
- Through sharenting, parents primarily aim to fulfill their cognitive needs.
- The level of sharenting among parents generally shows significant differences based on individual demographic characteristics.
- Children are displeased when their parents share content about them without their consent.

Abstract

This study examined parents' sharenting practices, referring to the act of sharing their children's personal information and photographs on social media platforms. The research adopted a mixed-methods design. Quantitative data were collected through the administration of the Sharenting Scale to 334 parents within the framework of a survey design. The qualitative dimension, structured according to a phenomenological approach, utilized data gathered from semi-structured interviews conducted with 15 parents and their children. Quantitative analyses were performed using IBM SPSS Statistics (Version 18), while qualitative data were analyzed through a combination of content and descriptive analysis techniques. The quantitative findings indicated that parents displayed a moderate level of sharenting behavior. Moreover, the primary underlying motivation behind these practices was found to be the desire to fulfill their cognitive needs. No significant differences were observed in sharenting scores by parental role or educational level; however, significant differences emerged concerning the number of children and time spent on social media. The qualitative results revealed that many parents frequently shared content online, primarily focusing on special occasions, family activities, children's achievements, and holiday memories. These posts were often associated with feelings of happiness and pride, and motivated by factors such as memory keeping, archiving, and the desire for social approval. Additionally, it was observed that a considerable number of parents took limited privacy precautions.

Keywords: Digital privacy, Parent, Sharenting, Sharing parenthood, Social media, Family, Child



Inönü University
 Journal of the Faculty of
 Education
 Vol 26, No 3, 2025
 pp. 1459-1511
[DOI](#)
 10.17679/inuefd.1619879

[Article Type](#)
 Research Article

[Received](#)
 27.01.2025

[Accepted](#)
 05.12.2025

Suggested Citation

Tanik Önal, N., İlhan A.G., Önal, N. (2025). Aile ve çocukların sosyal medya platformlarındaki görünürlüğü: Sharenting. *Inönü University Journal of the Faculty of Education*, 26(3), 1459-1511. DOI: 10.17679/inuefd.1619879

1. Introduction

The rapid development of technology has diversified the ways people socialize, giving rise to new forms of communication through digital networks alongside traditional face-to-face interactions (Terkan, 2014). Individuals increasingly share information and images related to both their own lives and those of their children on social media platforms (Brosch, 2018). Such parental sharing results in a child's presence on social media and the construction of their digital identity without their consent. Decisions regarding the type, format, and intended audience of the shared content are determined solely by parents' preferences (Ammari et al., 2015). This situation has led to the emergence of the term "sharenting," a portmanteau of the words "share" and "parenting" (Çimke et al., 2018; Urban Dictionary, 2021). By definition, sharenting refers to the act of parents publicly sharing their children's images and information on social media platforms (Akpınar et al., 2020; Bessant, 2018; Latipah et al., 2020; Sarkadi et al., 2020).

The phenomenon of sharenting is often explained within the framework of the Uses and Gratifications Theory (Katz et al., 1974). This theory posits that individuals' psychological states and prevailing social conditions play a decisive role in shaping their media preferences. According to this perspective, people tend to fulfill communication needs that they cannot satisfy in their daily lives through mass media. Consequently, sharenting is regarded not merely as a behavioral habit but as a manifestation of parents' pursuit of social, psychological, and cultural gratifications. Through such sharing, parents aim to meet expectations such as seeking social approval, developing a sense of belonging, sharing experiences, and obtaining emotional support. The Uses and Gratifications Theory explains the motivations behind media use across five fundamental dimensions: cognitive (acquiring information and enhancing parenting skills), affective (experiencing happiness and pride), cognitive–affective (gaining confidence and approval from others), integrative (strengthening bonds with family and society), and escape (relieving daily stress and achieving relaxation) needs (Ruggiero, 2000). These dimensions provide a functional framework for understanding the motivations underlying sharenting practices. Through social media use, parents construct the narrative of "good parenting," strengthen connections with peer communities, receive social validation, and create digital archives (Blum-Ross & Livingstone, 2017). A study conducted in Turkey with 401 mothers of children aged 4–6 similarly found that mothers' online sharing motivations included seeking social conformity with peer mothers, deriving satisfaction from received likes, projecting an image of being involved and caring, sharing children's school achievements, and creating digital archives (Aslan & Durmuş, 2020). The origins of sharenting are thought to lie in parents' initial efforts to express themselves through blogging. Blogs provided parents with a platform to articulate and share their personal experiences. The motivations behind parenting blogs include creative expression, preserving memories, community building, and financial gain (Whitehead, 2015). This process also began to blur the clear boundaries between the private and public spheres. Over time, these practices evolved into more network-based sharing through social media in the digital age—what is now referred to as sharenting (Blum-Ross & Livingstone, 2017). With the advancement of digital technologies, sharenting has become increasingly prevalent. During the COVID-19 period, the growing need for online communication further accelerated this trend, adding a new dimension to family dynamics (Tosuntaş & Griffiths, 2024). Recent studies indicate that sharenting behaviors have become increasingly widespread both internationally and in Turkey. A survey conducted by Security.org (2021) with 1,000 parents and children in the United States found that approximately 75% of parents share photos or videos of their children on social media. Moreover, fewer than 25% of these parents seek their children's consent before posting such content. Similarly, the Pew Research Group's 2020 study revealed that as many as 82% of parents share photos and information about their children on social media accounts (Omuralie et al., 2024). Research conducted in Turkey has also demonstrated that sharenting behaviors are highly prevalent among parents (Aslan & Durmuş, 2020; Kalaman, 2025).

Research indicates that parents' social media sharing not only reinforces their own digital self-representations but also provides the foundation for shaping their children's digital identities. However, this phenomenon has generated serious debates surrounding children's privacy, personal data protection, and the long-term implications of datafication (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Kumar & Schoenebeck, 2015). The United Nations Committee on the Rights of the Child's General Comment No. 25 (2021) emphasizes that all children's rights—including privacy, protection, participation, and development—must be safeguarded in digital environments. In this regard, both governments and digital platforms are obliged to act in accordance with the principle of the best interests of the child. Accordingly, parental sharing must be balanced with children's autonomy and their future right to identity (CRC, 2021). In light of these discussions, the literature tends to address sharenting along two main axes. The first concerns parents' digital identity construction and its influence on children's emerging sense of identity. Within this context, sharenting is conceptualized as a process through which parents shape their own identity performances and family narratives, while simultaneously influencing their children's perceptions of digital identity (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Social factors are also found to guide parental sharing behaviors, contributing to the formation of parental support networks (Ranzini et al., 2020; Tartari et al., 2023). Recent research focusing on the role of fathers has underscored the need for further investigation in this area (Çitil Akyol & Sumbaş, 2023; Gatto, 2024). The second axis pertains to children's rights and privacy. Studies demonstrate that social media sharing may infringe upon children's privacy and lead to long-term adverse effects on their rights, highlighting the need for parents to act with greater awareness of these responsibilities (Çimke et al., 2018; Doğan-Keskin et al., 2023). Moreover, some parents reportedly create social media accounts on behalf of their children, effectively turning them into a form of commercial commodity (Baloğlu, 2023). This not only raises privacy concerns but also gives rise to complex ethical dilemmas. Consequently, ethical principles such as age-appropriate informed consent, necessity and proportionality, anonymization, and the responsible use of privacy settings have gained increasing attention in the literature. Recent studies further suggest that mindful sharenting strategies may help parents find a balance between sharing and protecting their children online; however, achieving this balance remains an ongoing challenge (Lupton & Williamson, 2017; Walrave et al., 2023). In this context, the most effective way to prevent the potential harms of sharenting to children is to completely refrain from posting their images or personal information on social media. For parents who continue to share content online, it is essential to adopt a cautious and ethically informed approach that prioritizes children's privacy and safety. Specifically, posting images of children in vulnerable circumstances—such as during bathing, illness, or distress—should be strictly avoided; personal details such as names or locations should never be disclosed; and any content that could humiliate, harm, or negatively affect children must be excluded. Throughout this process, parents should act in accordance with the principle of the best interests of the child (Omuralieva et al., 2024). It is also vital that parents obtain children's informed consent in an age-appropriate manner and refrain from posting when such consent is not granted. Implementing social media literacy programs for both parents and children—such as those developed in Canada—can help strengthen online privacy protection. Safeguarding children in digital environments is a shared societal responsibility involving parents, the state, and the broader community. Enhancing parental awareness is therefore a fundamental priority for ensuring children's online safety. Accordingly, examining parents' sharing practices, identifying the motivations underlying these behaviors, and exploring children's emotions and perspectives toward such posts are of critical importance. Insights derived from such research can inform the development of evidence-based educational programs and awareness-raising initiatives grounded in a robust empirical foundation. In line with this, the findings of the present study are expected to contribute to enhancing parental awareness and to the formulation of policies and educational interventions aimed at protecting children's digital rights. Furthermore, the study provides a scientific basis for awareness-raising efforts on family social media literacy and can

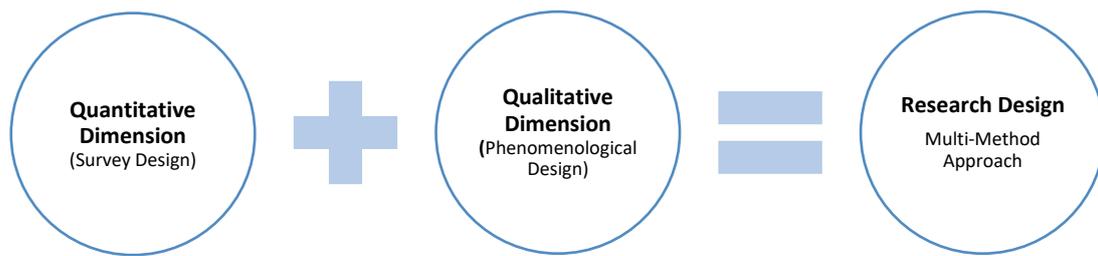
inform strategies designed to ensure children's online safety. Within this framework, the literature reveals a scarcity of studies that holistically address sharenting from both the perspectives of parents who engage in such practices and the children who are affected by them. There is a clear need for comprehensive research that integrates qualitative and quantitative approaches to examine parents' motivations for sharenting and children's perceptions of this behavior (Omur & Uyar, 2022; Ulum, 2021). In this regard, the current study can be considered a pioneering effort to fill a significant gap in the literature. Given the increasing prevalence of sharenting behaviors, the study also holds substantial contemporary relevance. The main research question guiding this study was: "To what extent do parents engage in sharenting behaviors?" Additionally, the study investigated whether the level of sharenting behavior differs according to variables such as parental role, age, educational background, occupation, number of children, and frequency of social media use. Furthermore, it examined parents' views on sharenting and the experiences of children who are exposed to this behavior. The study, therefore, addressed the following sub-questions:

1. What is the level of parents' tendency toward sharenting behavior?
2. Do parents' tendencies toward sharenting behavior differ significantly according to:
 - Parental role?
 - Age?
 - Educational background?
 - Occupational group?
 - Number of children?
 - Frequency of social media use?
3. What are parents' views on sharenting?
4. What are the views of children who are exposed to sharenting behavior?

2. Method

2.1. Research Design

This study was structured as a multi-method design, as quantitative and qualitative methods were not integrated to address the same research question but were instead employed concurrently to examine different dimensions of the phenomenon (Creswell & Plano Clark, 2018). The first phase of the study was conducted using a survey design, which was selected to describe the current state of parents' sharenting behaviors and to examine whether these behaviors differ across various demographic variables. A survey design aims to describe individuals' opinions, attitudes, behaviors, or tendencies within a defined population through a selected sample and to generalize findings based on the obtained data (Creswell, 2014). The second phase adopted a qualitative research approach grounded in a phenomenological design. Phenomenology seeks to reveal the shared meaning and essence of participants' lived experiences concerning a particular phenomenon (Creswell, 2013). In this context, the phenomenological design was chosen to explore parents' views on sharenting in depth and to gain a deeper understanding of children's perspectives on the same issue. Thus, the quantitative and qualitative components did not aim to integrate a single research question but rather to address different aspects of the phenomenon, allowing the study to provide a more comprehensive understanding. In this way, the research topic was both broadly described and examined in depth through participants' subjective experiences. The overall structure of the study, along with the sequential yet complementary relationship between the quantitative and qualitative phases, is illustrated in Figure 1.



Şekil 1. Research Design

2.2. Study Group

The present study was conducted in a metropolitan city in the Central Anatolia Region of Turkey. The study group consisted of 334 parents selected from the target population through a convenience sampling method. Participants were required to meet the following criteria: (a) being active social media users, (b) having at least one child, and (c) sharing publicly accessible content about their children on social media platforms. This sampling method was chosen for its practicality and efficiency in terms of time and accessibility; however, it also presents limitations regarding the representativeness of the broader population (Fraenkel et al., 2012). When determining the sample size, it is generally recommended that the number of participants be at least five times the number of items in the measurement instrument (Bryman & Cramer, 2001). Accordingly, since the present study employed a scale consisting of 31 items, the inclusion of 334 parents was considered adequate. The demographic characteristics of the participants in the quantitative phase of the study are presented in Table 1.

Table 1.

Demographic Information of the Study Group

Variables	Group	N (%)
Parental Role	Mother	259 (77.5)
	Father	75 (22.5)
Age	20-29	44 (13.2)
	30-39	174 (52.1)
	40-49	95 (28.4)
	Aged 50 and over	21 (5.7)
Educational Level	No Education	2 (0.6)
	Primary School	4 (1.2)
	Secondary School	2 (0.6)
	High School	33 (9.9)
	Associate Degree	29 (8.7)
	Bachelor's Degree	193 (57.8)
	Master's Degree	57 (17.1)
Occupation	Doctorate	14 (4.2)
	Education (a)	161
	Health (b)	25
	Engineering & Technology (c)	26
	Public Service & Administration (d)	21
	Finance & Banking (e)	13
	Communication & Marketing (f)	7
	Arts & Design (g)	10
	Trade & Sales (h)	16
	Homemakers & Retirees (j)	37
	Other (k)	18
Number of Children	1 child	152
	2 children	145
	3 children	33

Frequency Level	More than three children	4
	Very Frequent – More than 8 hours per day (a)	13 (3.9)
	Frequent – Between 6 and 8 hours per day (b)	39 (11.7)
	Sometimes – Between 4 and 6 hours per day (c)	86 (25.7)
	Rare – Between 2 and 4 hours per day (d)	124 (37.1)
	Very Rare – Less than 2 hours per day (e)	72 (21.6)

As shown in Table 1, the majority of participants were mothers (N = 259), while fathers (N = 75) constituted a smaller portion of the sample. In terms of age distribution, the largest group fell within the 30–39 age range (N = 174), followed by participants aged 40–49 (N = 95). Regarding educational background, most participants held a bachelor's degree (N = 193). When examining the frequency of social media use, it was found that the majority of participants spent 2–4 hours per day on social media (N = 124), followed by those who used it for 4–6 hours per day (N = 86).

The qualitative phase of the study included 15 parents who obtained the highest sharenting scores in the quantitative phase, as well as their 15 children, resulting in a total of 30 participants. To determine the qualitative study group, the criterion sampling method, one of the purposeful sampling techniques commonly used in qualitative research, was employed. The selection criteria were as follows:

- (i) At least one of the parents must have shared a photo of their child on any social media platform.
- (ii) The parent must be among the top 15 participants with the highest sharenting scores obtained from the quantitative phase.

The demographic characteristics of the parents who participated in the qualitative phase are presented in Table 2, and the demographic characteristics of their children are shown in Table 3.

Table 2.

Demographic Information of Parents

Parents	Parental Role	Occupational Groups	Age	Number of Children
E1	Mother	Teacher	39	1
E2	Father	Teacher	42	1
E3	Mother	Teacher	40	2
E4	Mother	Teacher	35	1
E5	Mother	Teacher	34	2
E6	Mother	Teacher	30	1
E7	Father	Teacher	42	1
E8	Mother	Education Coach	33	2
E9	Mother	Teacher	40	1
E10	Mother	Housewife	38	3
E11	Mother	Teacher	44	1
E12	Mother	Marketer	39	1
E13	Mother	Graphic Designer	34	1
E14	Father	Chemist	32	1
E15	Mother	Nurse	25	1

As shown in Table 2, the majority of the participating parents were mothers (N = 12). In terms of occupation, teaching was the most common profession; however, participants also included individuals from diverse fields such as nursing, graphic design, marketing, and chemistry, indicating a heterogeneous professional background among the parents. Participants' ages ranged from 25 to 44 years, with those in their 30s being the most frequently represented group. When examined by the number of children, most parents reported having only one child. Finally, regarding social media use, Instagram emerged as the most frequently used platform for sharing content about their children. This finding suggests that Instagram serves as the primary medium for sharenting behaviors, consistent with global trends in parental social media engagement.

Table 3.

Demographic Information of Children

Children	Gender	Grade	Age
O1	M	3	9
O2	M	2	8
O3	M	6	11
O4	M	6	12
O5	M	5	10
O6	M	5	10
O7	M	5	10
O8	F	5	10
O9	F	7	12
O10	F	6	12
O11	F	6	12
O12	F	3	9
O13	F	3	9
O14	F	2	8
O15	F	4	10

As shown in Table 3, the gender distribution among the participating students was relatively balanced, with eight girls and seven boys. The students' grade levels ranged from 2nd to 7th grade, with 5th-grade students (N = 4) forming the largest group. The participants' ages varied between 8 and 12 years, and the most frequently represented age was 10 years (N = 5).

2.2. Data Collection Tools and Data Collection Process

The quantitative data of the study were collected using the Sharenting Scale developed by Kopuz (2021). The scale, structured on a five-point Likert format, comprises five subfactors: cognitive, affective, cognitive–affective, integrative, and escapist needs. It includes a total of 31 items. During scale development, Kopuz (2021) reported Cronbach's alpha coefficients above .90 for each subfactor and .97 for the overall scale. In the present study, the Cronbach's alpha coefficient was calculated as .96, indicating a high level of internal consistency (Field, 2009). The minimum possible score obtainable from the scale is 31, while the maximum is 155. Scores from the lowest value up to one standard deviation below the arithmetic mean (31–73 points) were classified as low level; scores from the upper limit of the low range up to one standard deviation above the mean (74–129 points) were classified as moderate level; and scores from the upper limit of the moderate range to the maximum score (130–155 points) were classified as high level. Within the scope of this study, the scale was administered to participants via Google Forms, and the data were collected accordingly.

The qualitative data were collected through semi-structured interviews conducted with the participants. Prior to the interviews, the researchers developed a semi-structured interview form. During the development process, an extensive literature review was carried out in line

with the study's aim, and interview items were designed based on the information obtained. Parents were asked questions related to their sharenting habits, motivations for sharing, and follower feedback, whereas children exposed to sharenting were asked about their parents' sharing practices, whether they were consulted before such posts, and how they felt about these experiences. The draft interview form was reviewed by three experts experienced in qualitative research—two with doctoral degrees in Computer and Instructional Technologies and one with a doctorate in Psychology. Based on their feedback and approval, necessary revisions were made. To test the clarity of the questions and estimate interview duration, pilot interviews were conducted with two parents and two children. Since no issues or inconsistencies were identified during these preliminary interviews, the main interviews were subsequently conducted. The main interviews were carried out by one of the researchers according to a schedule arranged in line with participants' availability. All interviews were held in environments where participants felt comfortable and free from external distractions. With participants' consent, audio recordings were taken, and each interview lasted approximately 20 minutes.

2.2. Data Analysis

Quantitative Data Analysis

The quantitative data were analyzed using IBM SPSS Statistics (Version 18). To assess whether the data conformed to a normal distribution, skewness and kurtosis coefficients were examined. The results of the normality analysis are presented in Table 4.

Table 4.

Results of the Normality Test for the Scale

Data Collection Tool	Sub-Factors	Normality Results				
		Statistics	N	p	Skewness	Kurtosis
Sharenting Scale	Cognitive	.05	334	.00	-.08	-.58
	Affective	.06	334	.00	.08	-.84
	Cognitive-Affective	.06	334	.00	.15	-.79
	Integrative	.09	334	.00	.27	-.85
	Escapist Needs	.16	334	.00	.94	.07
	Totally	.04	334	.20	.32	-.31

As shown in Table 4, the skewness and kurtosis coefficients were within the acceptable range of -1 to $+1$, indicating that the data were normally distributed (George & Mallery, 2010). In addition, the results of Levene's test showed that the variances were homogeneous. These findings confirm the suitability of parametric tests for the subsequent analyses.

Qualitative Data Analysis

Before beginning the data analysis, each audio recording was transcribed verbatim into written documents in Microsoft Word format. During this process, participants' statements were transcribed exactly as expressed, without any interpretation or alteration of meaning. The accuracy of the transcriptions was verified by the researcher through repeated listening. Consequently, the verbal data were converted into a complete set of Word documents, which were then systematically coded. To ensure anonymity and facilitate data organization, parents were coded as E1–E15, and children were coded as Ö1–Ö15. The data were analyzed according to Creswell's (2013) content analysis approach. The coding process was conducted by two independent researchers, and any discrepancies between their codes were resolved through discussion until consensus was achieved. The stages of the data analysis process are illustrated in Figure 2.

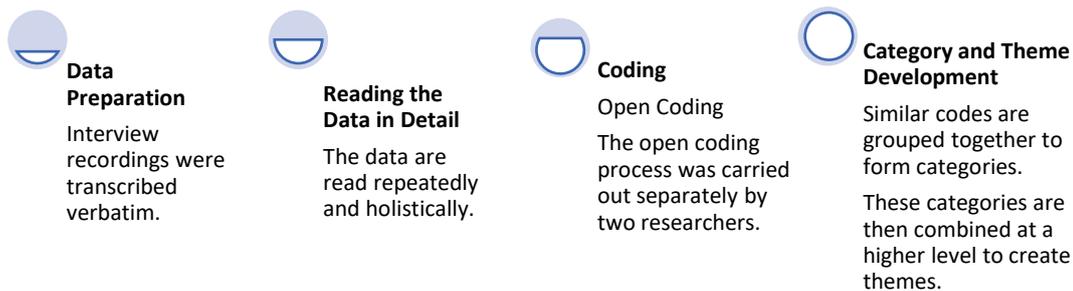


Figure 2. Creswell’s (2013) Content Analysis Process

Validity and Reliability

In the qualitative phase of the study, several measures recommended by Creswell (2013) were implemented to ensure validity and reliability. For internal validity, the interview form was first reviewed by three field experts, and necessary revisions were made to improve its scope and clarity of expression. During data analysis, the themes derived were supported by direct quotations from participants, and the accuracy of the findings was verified through member checking. In addition, a triangulation approach was adopted: more than one researcher participated in the analysis process, and differing interpretations were discussed until consensus was reached during coding. Regarding external validity, the research process was described in detail. Participants were assigned codes in accordance with ethical principles, and confidentiality was strictly maintained. The research environment, participant characteristics, and data collection procedures were documented comprehensively to ensure transparency. For internal reliability, the study’s purpose and findings were presented directly and consistently, and the results were reported solely based on participants’ statements, without additional interpretation. In terms of external reliability, the findings, results, and discussion sections were structured in a clear, systematic, and comprehensible manner. Furthermore, all stages of the research process were recorded and documented, ensuring an audit trail for confirmability. The overall research process is illustrated in Figure 3.

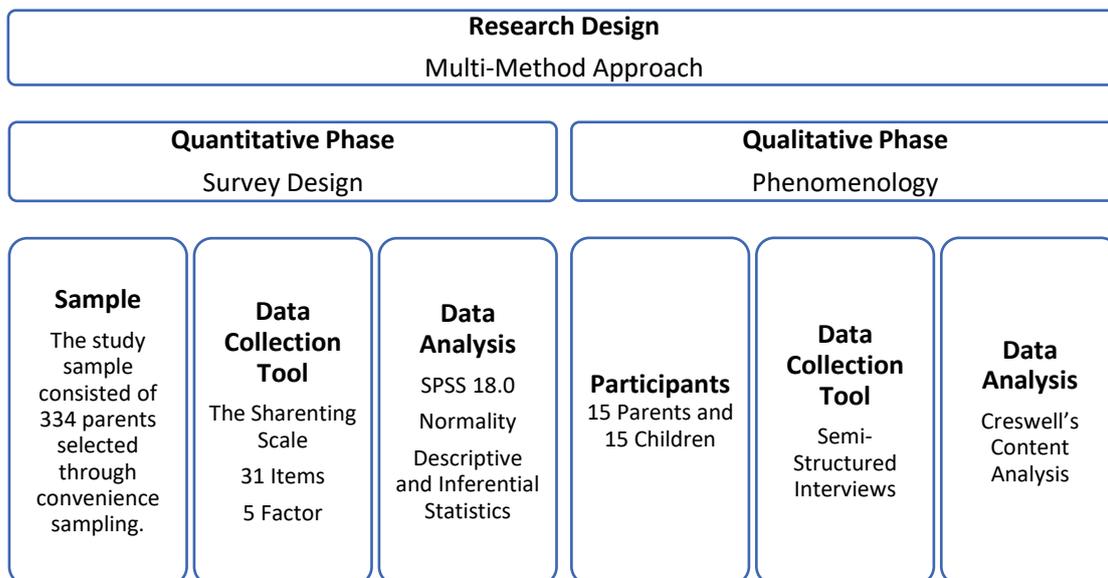


Figure 3. Research Process Based on the Multi-Method Design

3. Result

3.1. Findings on Parents' Sharenting Tendencies

First, to determine the level of parents' sharenting tendencies, the data were analyzed using descriptive statistics. The findings obtained from the descriptive analysis of the overall scale are presented in Table 5.

Table 5.

Descriptive Statistics Values for the Sharenting Scale

Scale	Mean \bar{X}	Mode	Median	Variance	Standart Deviation
Sharenting Scale	85.14	100	83.00	743.80	27.27

As shown in Table 5, the mean score obtained from the Sharenting Scale by the 334 participating parents was $\bar{X} = 85.14$. This result indicates that the participants' sharenting behaviors were generally at a moderate level (corresponding to the range of 74–129 points). The mode value (100) shows that the most frequently observed score among participants also falls within the moderate range. The median value (83.00) being close to the mean supports the interpretation that the scores were symmetrically and evenly distributed. In addition, the variance (743.80) and standard deviation (27.27) values indicate noticeable variability around the mean, suggesting that while some participants exhibited low-level sharenting tendencies (31–73 points) and others reached high-level tendencies (130–155 points), the majority were concentrated within the moderate range (74–129 points).

The mean scores for parents' sharenting behaviors were also examined based on the subfactors of the scale. The findings related to the needs fulfilled by parents through sharenting behaviors are presented in Table 6.

Table 6.

Mean Scores of Parents' Sharenting Behaviors by Sub-Factors

Sub-Factors	\bar{X}
Cognitive	27.72
Affective	25.47
Cognitive-Affective	14.05
Integrative	10.27
Escapist	10.61

As shown in Table 6, the subdimensions were ranked according to their arithmetic means as follows: cognitive needs, affective needs, cognitive–affective needs, escapist needs, and integrative needs. It is noteworthy that cognitive needs—such as reinforcing knowledge, learning, and sharing information—serve as a significant source of motivation for parents' sharenting behaviors. Subsequently, to examine whether the needs fulfilled through sharenting behaviors differed according to parents' overall sharenting levels, an ANOVA test was conducted. The results are presented in Table 7.

Table 7.

ANOVA Test Results on Parents' Needs Fulfilled through Sharenting According to Sharenting Levels

Sub-Factors	Source of Variance	Sum of Squares	sd	Mean Square	f	p
Cognitive	Between Groups	9015.518	2	4507.759	115.78	.00

	Within Groups	12886.688	331	38.933		
	Total	21902.207	333			
	Between Groups	19190.193	2	9595.097	272.079	.00
Affective	Within Groups	11673.007	331	35.266		
	Total	30863.201	333			
	Between Groups	5826.800	2	2913.400	222.847	.00
Cognitive-Affective	Within Groups	4327.335	331	13.074		
	Total	10154.135	333			
	Between Groups	3199.595	2	1599.797	126.516	.00
Integrative	Within Groups	4185.510	331	12.645		
	Total	7385.105	333			
	Between Groups	4628.8905	2	2314.445	145.962	.00
Escapist	Within Groups	5248.511	331	15.857		
	Total	9877.401	333			

As shown in Table 7, there were significant differences among parents in terms of the subdimensions of sharenting ($p < .05$). The results of the ANOVA test indicated that parents' overall sharenting levels had statistically significant effects on all five subdimensions: cognitive, affective, cognitive–affective, integrative, and escapist needs. To determine between which levels these differences occurred, post hoc comparison tests were conducted. The results of these analyses are presented in Table 8.

Table 8.

Comparison of Parents' Needs Fulfilled through Sharenting According to Sharenting Levels

Comparison Level	p
Low-Moderate	.000
Moderate-High	.000
Low-High	.000

As shown in Table 8, significant differences were observed among all sharenting levels in terms of the needs fulfilled by parents ($p < .05$). This finding indicates that parents' motivations and needs—such as cognitive, affective, integrative, and escapist—vary significantly depending on their level of engagement in sharenting. These results are further supported by the findings presented in Table 9, which provide a more detailed breakdown of the specific differences between the levels.

Table 9.

Needs Fulfilled According to Sharenting Levels

Comparison Level	n	Mean Ranks				
		Cognitive	Affective	Cognitive-Affective	Integrative	Escapist
Low	61	15,86	12,98	7,18	5,70	5,83
Moderate	222	25,07	25,73	14,19	10,12	10,10
High	51	33,80	39,23	21,67	16,41	18,50

As shown in Table 9, parents with low sharenting scores tended to focus more on cognitive needs, whereas parents with moderate and high sharenting scores were more oriented toward affective needs.

3.2. Examination of Sharenting Scores According to the Sub-Problems of the Study

In this section, parents' sharenting scores were examined in relation to the variables of parental role, age, educational background, and number of children. Since the assumptions of normality and homogeneity of variances were met, parametric tests were applied in the analyses.

3.2.1. Examination of Sharenting Levels According to Parental Role

Within the scope of the study, the research question "Do parents' sharenting levels differ significantly according to parental role?" was investigated. Accordingly, an independent-samples t-test was conducted to examine whether participants' scale scores differed based on the parental-role variable. The analysis results are presented in Table 10.

Table 10.

Independent Samples t-Test Results According to Parental Role

Parental Role	n	Mean	t	sd	p
Mother	259	85.49	.392	101.59	.696
Father	75	83.99			

As shown in Table 10, the parental role did not create a significant difference in sharenting behavior ($t(101) = .392$; $p > .05$).

3.2.2. Examination of Sharenting Levels According to Parental Age

Within the scope of the study, the question "Do parents' sharenting levels differ significantly according to parental age?" was examined. Accordingly, a one-way ANOVA test was conducted to determine whether participants' scale scores differed based on the parental age variable. The results of the analysis are presented in Table 11 below.

Table 11.

ANOVA Results According to Parental Age

Age	N	\bar{x}	ss	Levene		Anova	
				Levene	p	F	p
20-29	44	92.15	27.40	1.114	.343	2.651	.050
30-39	174	86.83	25.93				
40-49	95	79.86	27.53				
+50	21	80.19	33.13				
Total	334	85.13	27.27				

As shown in Table 11, parents' sharenting levels did not differ significantly according to age ($F = 2.651$, $p > .05$).

3.2.3. Examination of Sharenting Levels According to Parental Educational Level

Within the scope of the study, the question "Do parents' sharenting levels differ significantly according to their educational level?" was investigated. To examine the effect of parents' educational level on their sharenting levels, a one-way ANOVA test was conducted. The Levene test indicated that the groups were homogeneous. The results are presented in Table 12 below.

Table 12.*ANOVA Results According to Parental Educational Level*

Educational Level	N	\bar{x}	ss	Levene		Anova	
				Levene	p	F	p
No Education	2	99.50	19.09				
Primary School	4	98.75	24.45				
Secondary School	2	66.50	33.23				
High School	33	88.45	30.51				
Associate Degree	29	82.06	30.67	.832	.562	.567	.782
Bachelor's Degree	193	84.41	27.38				
Master's Degree	57	88.14	24.13				
Doctorate	14	79.85	25.79				
Total	334	85.13	27.27				

As shown in Table 12, there was no significant difference in sharenting behavior based on parents' educational level ($p > .05$).

3.2.4. Examination of Sharenting Levels According to Parents' Occupational Groups

Within the scope of the study, the research question "Do parents' sharenting levels differ significantly according to their occupational groups?" was examined. To analyze the effect of occupational group on parents' sharenting levels, a one-way ANOVA was conducted. The Levene test indicated that the group variances were homogeneous, although the number of participants in each group varied. Therefore, the Gabriel post hoc test was used for further analysis. The results are presented in Table 13.

Table 13.*ANOVA Test Results According to Occupational Groups*

Occupation	N	\bar{x}	ss	Levene		Anova		Significant Differences
				Levene	p	F	p	
Education (a)	161	84.56	24.40					
Health (b)	25	83.56	27.98					
Engineering & Technology (c)	26	75.65	24.35					
Public Service & Administration (d)	21	74.33	28.91					
Finance & Banking (e)	13	112.69	29.26				a-e	
Communication & Marketing (f)	7	91.43	14.94	1.537	.134	2.815	.003 c-e d-e	
Arts & Design (g)	10	78.2	23.87					
Trade & Sales (h)	16	80.87	31.39					
Homemakers & Retirees (j)	37	90.95	31.92					
Other (k)	18	92.17	30.56					
Total	334	85.13	27.27					

As shown in Table 13, there was a significant difference in sharenting levels according to parents' occupational groups ($F = 2.815$, $p < .05$). According to the Gabriel post hoc test, parents working in the Finance and Banking sector had significantly higher sharenting levels than

those working in the Education, Engineering and Technology, and Public Service and Administration sectors. This difference was in favor of parents in the Finance and Banking sector.

3.2.5. Examination of Sharenting Levels According to Number of Children

Within the scope of the study, the research question “Do parents’ sharenting levels differ significantly according to the number of children they have?” was examined. To analyze the effect of the number of children on parents’ sharenting levels, a one-way ANOVA was conducted. The Levene test indicated that the group variances were homogeneous, although the number of participants varied across groups. Therefore, the Gabriel post hoc test was employed. The results are presented in Table 14.

Table 14.

ANOVA Test Results According to the Number of Children

Number of Children	N	\bar{x}	ss	Levene		Anova		Significant Differences
				Levene	p	F	p	
1 child (a)	152	89.99	28.44					
2 children (b)	145	80.79	25.68					
3 children (c)	33	82.66	25.20					
More than three children (d)	4	78.50	33.99	1.012	3.88	3.058	.028	a-b b-a
Total	34	85.13	27.27					

As shown in Table 14, sharenting levels differed significantly according to the number of children parents had ($F = 3.058$, $p < .05$). According to the Gabriel post hoc test results, there was a significant difference between parents with one child and parents with two children, with the difference being in favor of parents with one child.

3.2.6. Examination of Sharenting Behavior According to Social Media Usage Frequency

Finally, within the scope of the study, the research question “Do parents’ sharenting levels differ significantly according to their frequency of social media use?” was examined. To analyze the effect of social media usage frequency on parents’ sharenting levels, a one-way ANOVA was conducted. The Levene test indicated that the group variances were homogeneous, although the number of participants varied across groups. Therefore, the Gabriel post hoc test was employed. The results are presented in Table 15.

Table 15.

ANOVA Test Results According to Social Media Usage Frequency

Frequency Level	N	\bar{x}	ss	Levene		Anova		Significant Differences
				Levene	p	F	p	
Very Frequent – More than 8 hours per day (a)	13	105.15	31.56					
Frequent – Between 6 and 8 hours per day (b)	39	104.46	24.11					a/d-e b/c-d-e
Sometimes – Between 4 and 6 hours per day (c)	86	88.56	26.85	.723	.577	12.02	.000	c/c-e d/a-b e/a-b-c
Rare – Between 2 and 4 hours per day (d)	124	80.92	24.88					

Very Rare – Less than 2 hours per day (e)	72	74.20	25.06
Total	334	85.13	27.27

As shown in Table 15, sharenting levels differed significantly according to parents' social media usage frequency ($F = 12.02, p < .05$). According to the Gabriel post hoc test, there were significant differences in sharenting levels among all usage frequency groups. As expected, the highest mean score belonged to the group that used social media for more than eight hours per day.

3.3. Findings Obtained from the Analysis of Qualitative Data

3.3.1. Views of Parents Exhibiting Sharenting Behavior

In the first stage of the study, the frequency of social media sharing among participating parents was examined. A significant majority of parents who exhibited sharenting behavior reported sharing at least one post daily or weekly. The results are presented in Table 16 below.

Table 16.

Frequency of Social Media Sharing

Theme	Code	Participants	f
Posting Frequency	Weekly Sharing	E1, E3, E7, E10, E11, E12, E13	7
	Daily Sharing	E4, E5, E8, E9, E14, E15	6
	Monthly Posting	E2, E6	2

As shown in Table 16, the most common sharing frequency among parents on social media is at least one post per week ($f = 7$), followed by at least one post per day ($f = 6$), while the lowest frequency is one post per month ($f = 2$). Some parents' statements regarding their posting frequency are presented below:

E3 (Mother, Teacher, 40 years old, Two Children): *"I usually share two or three posts a week."*

E8 (Mother, Educational Coach, 33 years old, Two Children): *"I post stories every day two or three, depending on how it goes."*

Interviews with parents revealed that sharenting behaviors most frequently occur on special occasions, followed by sharing moments spent with family, children's achievements, and holiday experiences. The results are presented in Table 17 below.

Table 17.

Parents' Reasons for Sharing Their Children on Social Media

Theme	Code	Participants	f
Sharing Situations	Special Occasions	E4, E6, E10, E11, E12, E13, E14, E15	8
	Spending Time with Family	E2, E5, E8, E9, E11	5
	Achievement	E1, E7, E9, E10,	4
	Vacation	E3, E7, E12	3

As shown in Table 17, participants reported that they engaged in sharenting behaviors mostly on special occasions ($f = 8$). This was followed by posts about spending time with family, children's achievements, and vacation moments. The following excerpts best illustrate parents' views on this topic:

E9 (Mother, Teacher, 40 years old, One Child): *“It’s about nice moments, like when we go to the garden as a family, running around, celebrating achievements. I share those, but I try not to show my child’s face too much.”*

E10 (Mother, Homemaker, 38 years old, Three Children): *“In situations like school achievements or, let’s say, a nice activity—for example, a school event, those kinds of things.”*

It was found that the dominant emotions parents experienced while engaging in sharenting were happiness and pride. However, almost all participants expressed happiness-based responses ($f = 12$). Two participants stated that they did not attribute any particular meaning to their posts about their children, explaining that they felt “nothing” during such sharing (E6, E11). These findings are presented in Table 18.

Table 18.

Emotions Experienced While Exhibiting Sharenting Behavior

Theme	Code	Participants	f
Emotions	Happiness	E1, E2, E3, E4, E5, E7, E8, E9, E10, E13, E14, E15	12
	Pride	E1, E12	2

As shown in Table 18, the predominant emotion parents experienced when engaging in sharenting behaviors was happiness. The following excerpts best illustrate parents’ views on this topic:

E1 (Mother, Teacher, 39 years old, One Child): *“I feel proud, I feel happy, and I feel the need to share my happiness.”*

E4 (Mother, Teacher, 35 years old, One Child): *“It’s mostly emotional thoughts—like happiness. I want my friends to see how my child is growing, and it’s also a way to communicate with people who live far away.”*

Participants were also asked about their motivations for engaging in sharenting behaviors—in other words, why they choose to share content about their children. The participants’ views on this topic are presented in Table 19.

Table 19.

Parents’ Motivations for Sharing Content About Their Children

Theme	Code	Participants	f
Parents’ motivations for sharing	Creating Memories	E3, E4, E5, E6, E7, E8, E10, E12, E13, E14, E15	11
	Communication with Relatives	E1, E2, E4, E9	4
	Viewing Others’ Posts	E1, E15	2
	Happiness	E11, E13	2

As shown in Table 19, the primary reason parents shared content about their children was to preserve memories ($f = 11$), followed by communication with distant relatives ($f = 3$). The following excerpts best illustrate parents’ views on this topic:

E4 (Mother, Teacher, 35 years old, One Child): *“I see Instagram as a photo album in the digital world. Because, you know, printed albums no longer exist. I share because I see it as an archive of my daughter. That’s my main purpose—to keep it as a memory. As I said before, it’s also about communicating with those who live far away.”*

E8 (Mother, Educational Coach, 33 years old, Two Children): *“I want it to remain as a memory. I mean, that’s the reason—it’s not like I share every single moment.”*

Finally, parents' concerns about their children's digital privacy and the precautions they take were examined. Participants' responses were grouped into three categories: not showing the child's face, not sharing private body parts, and not considering it necessary to take precautions. The results are presented in Table 20.

Table 20.

Precautions Taken Regarding Concerns About the Child's Digital Privacy

Theme	Code	Participants	f
Precautions Taken	Not Showing the Child's Face	E1, E2 E3, E8, E9, E10, E13, E14, E15	9
	Not Sharing Private Body Parts	E4, E5, E6, E7	4
	Did Not Consider	E11, E12	2

As shown in Table 20, the most common precaution parents take to protect their children's digital privacy is not showing their children's faces (f = 9). The second most frequent precaution reported is avoiding the sharing of their children's private body parts (f = 4). The following excerpts best illustrate parents' views on this issue:

E13 (Mother, Graphic Designer, 34 years old, One Child): *"You know, there are a lot of bad things done through children online. That's why I rarely share my child's face."*

E15 (Mother, Nurse, 25 years old, One Child): *"I've reduced showing her face because I'm scared-I feel anxious about it."*

3.4. Views of Students Exposed to Sharenting Behavior

Students exposed to sharenting were first asked about the amount of time their parents spend on social media. According to the children, their parents spent a considerable amount of time online. Their views on this issue are presented below:

Ö3 (Male, 6th Grade, 11 years old): *"They have an account with ten thousand followers, so they spend a lot of time on it. My mom spends about five hours, and my dad around eight hours."*

Ö6 (Male, 5th Grade, 10 years old): *"They use social media a lot at home. Sometimes they even use it in the bathroom; I can hear the sounds. They spend about seven hours a day."*

Next, the children were asked how they felt about their parents sharing their photos on social media. The majority reported negative emotions, most commonly embarrassment. The following excerpts best illustrate the children's opinions:

Ö7 (Male, 5th Grade, 10 years old): *"I feel a bit embarrassed about being seen on social media. I don't tell my mom about it, but I can't say it because I'm embarrassed. They share our memories, but I don't want them to be seen."*

Ö11 (Female, 6th Grade, 12 years old): *"I don't think it's normal for them to share without asking me. It would be better if they shared things I approved of. I'm not really happy about it. Instead of using me to promote something, it would be better if they promoted themselves."*

It was found that children felt happier and safer when parents asked for their permission before posting about them. However, posts shared without consent made children feel uncomfortable, embarrassed, and upset. The following quotations best illustrate these views:

Ö2 (Male, 2nd Grade, 8 years old): *"I usually say yes when they ask, and they do ask me. When they ask, I feel happy."*

Ö9 (Female, 7th Grade, 12 years old): *"They don't ask; I just see it on their stories. Since my mom and dad have a lot of followers, I feel uncomfortable that strangers can see me and my new*

photos. I don't even share many photos of myself on my own account, so having people I don't know see them is disturbing. At least if they asked, I could tell them not to post the stories I don't like."

4. Discussion, Conclusion, and Recommendations

In this study, participants' sharenting behaviors were examined using a multi-method research design. The findings revealed that the 334 participating parents demonstrated a moderate level of sharenting behavior. Consistent with this result, several studies conducted in Turkey have also reported parents' sharenting tendencies to be moderate (Kopuz, 2021; Turgut et al., 2021). In general, a review of the existing literature indicates that sharenting behavior is prevalent both in Turkey and internationally (Aslan & Durmuş, 2020; Kopecký et al., 2020). The widespread nature of sharenting across countries appears to be driven more by technological dynamics than by individual or cultural factors. The structure of social media platforms—through algorithms that emphasize likes, comments, and post visibility—encourages parents to continually create and share content. When these technological affordances intersect with psychosocial needs such as the desire for recognition, social approval, digital self-expression, and belonging, similar behavioral patterns emerge among mothers and fathers across diverse societies.

In the present study, the hierarchy of needs that parents sought to satisfy through sharenting behaviors was identified. The findings revealed that the need to know and learn, categorized as a cognitive need, ranked highest. This result suggests that parents engage in social media sharing primarily to fulfill their cognitive gratifications, a finding consistent with prior research (Kopuz, 2021; Latipah et al., 2020). One possible explanation is that parents perceive digital environments not merely as tools for accessing up-to-date information but also as interactive platforms for exchanging experiences related to child care, education, and developmental processes. In line with this, the Uses and Gratifications Theory posits that individuals use social media not solely for entertainment but also to obtain cognitive gratifications such as knowledge acquisition, learning, and self-development (Ruggiero, 2000). Moreover, the qualitative findings revealed that parents tended to share content about their children more frequently on special occasions. This result implies that sharenting behaviors are driven not only by cognitive needs but also by affective motivations and the desire for social connectedness. Through sharing their experiences online, parents may also contribute to a sense of collective efficacy among other parents, helping them feel more confident and competent in their parental roles (Çelik, 2019; Fox & Hoy, 2019; Kopecký et al., 2020).

Another finding of the present study indicates that the hierarchy of needs parents seek to fulfill through sharenting varies depending on their level of engagement in social media sharing. Among parents who share at low levels, cognitive needs emerge as the primary motivation, whereas among those who share at moderate and high levels, affective needs become more prominent. This finding suggests that as the frequency of sharing increases, parents' motivational orientation shifts from cognitive gratification toward emotional fulfillment. This result aligns with previous research reporting a similar trend (Motevalli et al., 2025). Nevertheless, it is also noteworthy that parents who adopt a mindful sharenting approach tend to consciously limit the extent of their sharing, despite strong motivations for social approval or emotional expression. These parents remain aware of potential privacy risks associated with posting content about their children and therefore seek a balance between emotional connectedness and digital responsibility (Walrave et al., 2023).

In this study, it was found that parents' sharenting scores did not differ significantly by parental role. In other words, both mothers and fathers were inclined to share content about their children, regardless of their caregiving roles. This result is consistent with the findings of Kopuz (2021). However, several studies have reported that mothers tend to engage in

sharenting more frequently than fathers (Akpınar et al., 2020; Aslan & Durmuş, 2020; Baştemur et al., 2021). This discrepancy suggests that sharenting behaviors may vary according to parents' digital media use patterns and their levels of digital literacy. Furthermore, the present study revealed that parents' sharenting levels did not significantly differ by age or educational background. This finding corroborates previous research emphasizing that sharenting is more strongly associated with social media use habits and digital literacy than with individual demographic characteristics (Aslan & Durmuş, 2020; Barnes & Potter, 2020; Blum-Ross & Livingstone, 2017; Kılıç et al., 2023).

A noteworthy finding of the study was that sharenting levels differed significantly according to parents' occupational groups. Specifically, parents employed in the finance and banking sector exhibited higher levels of sharenting compared with those working in the education, engineering–technology, and public service–administration sectors. This difference may be attributed to the high degree of digitalization, technological adaptation, and intensive social media engagement that characterize individuals in finance and banking professions. Moreover, the competitive and performance-oriented nature of the financial sector may encourage greater engagement in digital self-presentation and the online display of success. However, it is important to note that no direct studies in the existing literature have examined sharenting levels across occupational groups. This absence of comparative research limits the extent to which this finding can be contextualized or generalized. Accordingly, future studies could explore occupational culture, digital literacy, and work-related social media norms as potential mediators influencing sharenting behaviors.

The study found that parents with one child exhibited higher levels of sharenting behavior compared with those who had two children. This result may be explained by the fact that, as the number of children increases, parents become more occupied with caregiving responsibilities and consequently spend less time on social media. Another possible explanation is that first-time parenthood often brings heightened excitement, a stronger desire to document a child's developmental milestones, and a greater motivation to seek social approval—all of which may contribute to more frequent sharenting behavior. Similar findings have also been reported in previous studies (Aslan & Durmuş, 2020; Bartholomew et al., 2012; Kopuz, 2021).

When sharenting behavior was examined in relation to parents' frequency of social media use, a significant difference was observed. These findings suggest that social media engagement plays a crucial role in shaping parents' tendencies to share content about their children. Parents who use social media more intensively may experience a stronger need for social connectedness and for expanding their online networks, which, in turn, increases their inclination to post about their children. Conversely, parents who use social media less frequently are generally less active in digital environments and may hold stronger privacy concerns, thereby limiting their sharenting behaviors.

Furthermore, the study revealed that parents who spent more than eight hours per day on social media demonstrated significantly higher levels of sharenting. Consistent with expectations, prior research has also identified a positive correlation between the duration of social media use and the frequency of posting about children (Olpin et al., 2023; Ouvrein & Verswijvel, 2019). This pattern reinforces the argument that time spent online not only increases exposure to digital sharing norms but also normalizes sharenting as a routine social practice.

In the qualitative phase of the study, several noteworthy findings were obtained. The majority of participants reported sharing at least one post daily or weekly, with these posts predominantly centered on special family occasions. In addition, moments spent with family, children's achievements, and vacation experiences were among the most frequently shared types of content. These results suggest that parents engage in sharenting primarily to document their children's developmental milestones, share positive emotions, and seek social validation.

It was also found that parents commonly experience feelings of happiness and pride as outcomes of their sharing behavior. These findings are consistent with previous research emphasizing that parents engage in sharenting mainly to reinforce positive affect and express their parental identity (Motevalli et al., 2025). Another important finding of the study is that the primary motivation underlying parents' sharenting behaviors is the desire to preserve memories and create a digital archive. The conceptualization of social media as a "digital photo album" has been widely discussed in the literature (Kumar & Schoenebeck, 2015). Furthermore, parents frequently mentioned the motivation to communicate with distant relatives, suggesting that sharenting serves an additional relational function by maintaining familial social bonds (Ouvrein & Verswijvel, 2019). Indeed, previous studies have shown that platforms such as Instagram—although limited in archival capacity—offer opportunities for digital documentation, which parents use to share their children's developmental progress with relatives and close networks (Esfandiari & Yao, 2022; Siibak & Traks, 2019).

Another noteworthy finding is that most participating parents reported taking precautions not to show their children's faces or share sensitive images. This indicates that parents are at least partially aware of the risks associated with digital environments and have developed basic privacy protection strategies (Walrave et al., 2023). However, a small number of participants stated that they did not adopt any such measures, suggesting that awareness levels vary among parents and that digital risks are not equally recognized or prioritized by all. Supporting this, Ivakić and Mandarić Vukušić (2023) found in their analysis of Instagram posts that many parents fail to give sufficient consideration to their children's privacy rights. The views of children exposed to sharenting further illuminate this issue. Children reported that their parents spend a significant amount of time on social media, and this high level of online engagement is clearly noticed and evaluated by the children themselves. Parents' extended daily use of social media often leads children to perceive them as heavy social media users, raising important discussions regarding digital time management and parental role modeling (Hiniker et al., 2016).

Another key finding derived from the children's statements is that parents frequently share their children's images without seeking prior permission, and such posts often evoke negative emotional responses, most notably embarrassment. Children's discomfort with being visible online suggests that sharenting is not always experienced positively from the child's perspective. Consistent with this, Ouvrein and Verswijvel (2019) reported that adolescents often feel embarrassed by their parents' posts, which may negatively affect peer relationships and self-perception. Respecting children's autonomy and privacy rights in digital contexts is therefore essential. Supporting this, Verswijvel et al. (2019) found that children wish to have a say in the content shared about them by their parents and that obtaining children's consent contributes positively to their digital well-being. In this regard, the present study demonstrates that sharenting should not be shaped solely by parents' motivations, but should also take into account children's emotional experiences and rights. When children's consent and participation rights are disregarded, sharenting may negatively influence their digital identity formation and psychosocial development. Based on these results, the following recommendations can be made:

- Promoting digital literacy and responsible sharing: The study found that parents exhibited a moderate level of sharenting. In this context, seminars, workshops, and guidance programs can be organized to inform parents about digital literacy, children's digital privacy, and responsible sharing practices. Such initiatives may help increase parents' awareness and encourage child-rights-oriented and ethically conscious social media use. Additionally, public service announcements, educational media content, and social responsibility campaigns could be implemented to raise broader social awareness of the potential effects of sharenting on children's development. These efforts would

help parents better understand the psychosocial impacts of their online sharing behaviors.

- Enhancing mindful social media use: The study revealed that parents' sharenting levels are more closely related to social media use habits and digital literacy skills than to demographic variables. Therefore, training programs aimed at improving parents' digital literacy and promoting mindful, responsible, and balanced social media engagement could be highly beneficial.
- Emphasizing children's consent and participation rights: The study concluded that most parents do not obtain their children's consent before posting, even though children expect to be asked. Hence, awareness-raising initiatives should highlight the importance of obtaining children's informed consent, respecting their participation rights, and allowing them to have an active role in the construction of their digital identities.
- Encouraging positive digital role modeling: It was also found that children are aware of the amount of time their parents spend on social media. Therefore, parents should be reminded of the importance of modeling healthy digital habits, including balanced screen time, privacy-conscious behavior, and respectful online communication, in order to foster responsible digital citizenship in their children.

Limitations

Several limitations should be taken into account when interpreting the findings of this study. First, the research was conducted exclusively in a major city located in the Central Anatolia Region of Turkey and did not include parents from other geographical areas. This limitation reduces the generalizability of the findings and restricts their transferability to similar socio-cultural contexts. Future studies could include participants from diverse geographical regions and socioeconomic backgrounds to enhance the representativeness and external validity of the results. Second, the scale employed in this study was self-report-based, which may have introduced social desirability bias or subjective interpretation on the part of participants. These factors may have influenced the accuracy and objectivity of the data. To address this limitation, future research could incorporate multiple data sources—such as direct observation, digital trace analysis, or mixed-method instruments—to increase the reliability, validity, and depth of findings.

Regarding the qualitative dimension, the study group was limited to 15 parents with the highest sharenting scores and their children. Consequently, the findings reflect the experiences only of individuals who met these specific criteria, which may restrict the diversity of perspectives represented. Furthermore, the children's ages ranged between 8 and 12 years, and this broad age span may have led to developmental differences influencing children's perceptions and interpretations of sharenting. Future research could employ more homogeneous age groups to minimize the potential impact of developmental variability on the results. In addition, the gender distribution within the qualitative sample was unequal, with mothers constituting the majority of participants. As a result, the findings primarily reflect maternal perspectives, offering limited insight into fathers' experiences. Ensuring a balanced parental gender distribution in future studies would allow for a more comprehensive understanding of sharenting behaviors in relation to gender roles and parental identity construction. Finally, the data were collected within a specific time frame, meaning that the study provides a cross-sectional perspective on parents' and children's experiences. The use of longitudinal research designs in future studies could offer deeper insights into how social media use patterns and attitudes toward sharenting evolve over time.

Ethics Committee Approval: Ethical permission was obtained for this research from Niğde Ömer Halisdemir University Rectorate (29.03.2024 date and 22504254-050.04 file number).

Peer-review: Externally peer-review.

Author Contributions: The authors contributed equally to the research, authorship, and publication of this article, with the 1st author contributing %40, 2nd author contributing %30, and 3rd author contributing %30.

Conflict of Interest: The author(s) declare no potential conflicts of interest related to the research, authorship and publication of this article.

Financial Disclosure: The author(s) has received no financial support for the research, authorship and publication of this article.

Notice of Use of Artificial Intelligence: The author(s) did not utilise any artificial intelligence tool(s) for the research, authorship and publication of this article.

Acknowledgements: -

References

- Akpınar, B. S., Paylan, N., Etlik, Ş., Erus, B., & Karakoç, H. (2020). "Awareness Levels of Parents on "Sharenting". *JGEHES*, 2(2), 8-18.
- Ammari, T., Kumar, P., Lampe, C., & Schoenebeck, S. (2015). *Managing children's online identities: How parents decide what to disclose about their children online*. 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems.
- Aslan, S., & Durmuş, E. (2020). A current parent behavior in preschool: Sharenting. *Journal of Early Childhood Studies*, 4(1), 135-151. <https://journalofomepturkey.org/index.php/eccd/article/view/6>
- Baloğlu, E. (2023). Digital Parents of the Instagram Age: A Review in the Context of Sharenting. *TRT Academy Journal*, 8(19), 766-785. <https://doi.org/10.37679/trta.1328354>
- Barnes, R., & Potter, A. (2020). Sharenting and parents' digital literacy: An agenda for future research. *Communication Research and Practice*, 7(1), 6-20.
- Bartholomew, M. K., Schoppe-Sullivan, S. J., Glassman, M., Kamp Dush, C. M., & Sullivan, J. M. (2012). New parents' Facebook use at the transition to parenthood. *Family Relations*, 61(3), 455-469. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3729.2012.00708.x>
- Baştemur, Ş., Borucu, D. H., & Bulut, S. (2021). Ebeveynlerin çocuklarının fotoğrafını sosyal medyada paylaşmasının (sharenting) psikolojik sonuçları: Bir sharenting olgu incelemesi [Psychological Consequences of Parents Sharing Their Children's Photos on Social Media (Sharenting): A Sharenting Case Study]. *Turkish Journal Of Child Adolescent Mental Health*, 28(2), 166-173.
- Bessant, C. (2018). Sharenting: Balancing the conflicting rights of parents and children. *Communications Law*, 23(1), 7-24.
- Blum-Ross, A., & Livingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125.
- Bryman, A., & Cramer, D. (2012). *Quantitative data analysis with IBM SPSS 17, 18 & 19: A guide for social scientists*. Routledge.
- Brosch, A. (2018). Sharenting—why do parents violate their children's privacy?. *The New Educational Review*, 54(4), 75-85. <https://doi.org/10.15804/tner.2018.54.4.06>
- Committee on the Rights of the Child. (2021). *General comment No. 25 (2021) on children's rights in relation to the digital environment (CRC/C/GC/25)*. Office of the High Commissioner for Human Rights. <https://www.ohchr.org/en/documents/general-comments-and-recommendations/general-comment-no-25-2021-childrens-rights-relation> BM İnsan Hakları Ofisi
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Sage.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Çelik, M. (2019). *The reproduction of motherhood in social media: The case of instagram*. [Master' Thesis]. İnönü University.
- Çimke, S., Yıldırım Gürkan, D., & Polat, S. (2018). Child Rights Neglect in Social Media: Sharenting. *The Journal of Current Padiatrics*, 16(2), 261-267.

- Çitil Akyol, C., & Sumbas, E. (2023). Being A Parent on Social Media: Where Are The Dads? . *Journal of Abant Social Sciences*, 23(3), 1282-1292. <https://doi.org/10.11616/asbi.1265506>
- Doğan-Keskin, A., Kaytez, N., Damar, M., Elibol, F., & Aral, N. (2023). Sharenting syndrome: An appropriate use of social media? . *Healthcare*, 11(10), 1-17. <https://doi.org/10.3390/healthcare11101359>
- Emin Ulum, Ş. (2021). *A research on the effect of social media use habits on privacy problems*. [Master's Thesis]. Uludag University.
- Esfandiari, M., & Yao, J. (2022). Sharenting as a double-edged sword: Evidence from Iran. *Information, Communication & Society*, 26(15), 2942-2960.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). Sage Publications.
- Fox, A. K., & Hoy, M. G. (2019). Smart devices, smart decisions? Implications of parents' sharenting for children's online privacy: An investigation of mothers. *Journal of Public Policy & Marketing*, 38(4), 414-432.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Gatto, A., Corsello, A., & Ferrara, P. (2024). Sharenting: Hidden pitfalls of a new increasing trend— Suggestions on an appropriate use of social media. *Italian Journal of Pediatrics*, 50(1), 1-4. <https://doi.org/10.1186/s13052-024-01584-2>
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*, 17.0 update (10th ed.). Pearson.
- Hiniker, A., Schoenebeck, S. Y., & Kientz, J. A. (2016). *Not at the dinner table: Parents' and children's perspectives on family technology rules*. 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing (1376–1389). ACM. <https://doi.org/10.1145/2818048.2819940>
- Ivakić, M., & Mandarić Vukušić, A. (2023). Representation of young children and preschoolers on their parents' instagram profiles. *Medijske Studije*, 14(27), 105-124.
- Kalaman, S. (2025). Sharenting: A study on Instagram posts of influencer parents in Türkiye. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 15(2), 553-562.
- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 164-181.
- Kılıç, B. O., Ateş, E. G., Kılıç, S., Çullaş İlarıslan, N. E., Konuksever, D., & Ulukol, B. (2023). Measuring sharenting behavior: Validity and reliability of the Turkish version of the Sharenting Evaluation Scale. *Annals of Medical Research*, 30(10), 1257–1263. <https://doi.org/10.5455/annalsmedres.2023.08.213>
- Kopecky, K., Sztokowski, R., Aznar-Díaz, I., & Romero-Rodríguez, J. M. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment: Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, 110, 104812. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104812>
- Kopuz, T. (2021). *Parents' share in digital world: Sharenting*. [Master' Thesis]. Recep Tayyip Erdogan University.
- Kumar, P., & Schoenebeck, S. (2015). The modern day baby book: Enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook. *18th ACM Conference on Computer-Supported*

Cooperative Work & Social Computing (1302–1312). ACM.
<https://doi.org/10.1145/2675133.2675149> ACM Digital Library

- Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F., & Putranta, H. (2020). Elaborating motive and psychological impact of sharenting in millennial parents. *Universal Journal of Educational Research*, 8(10), 4807-4817. <https://doi.org/10.13189/ujer.2020.081052>
- Lupton, D., & Williamson, B. (2017). The datafied child: The dataveillance of children and implications for their rights. *New Media & Society*, 19(5), 780–794. <https://doi.org/10.1177/1461444816686328> SAGE Journals
- Motevalli, S., Razak, R. A., Bailey, R. P., Madihie, A. B., Mehdinezhadnouri, K., & Pan, Y. (2025). Parents' sharenting behaviours: A systematic review of motivations, attitudes, perceptions, and impression management perspectives. *F1000Research*, 14, 448.
- Olpin, E., Hanson, C. L., & Crandall, A. (2023). Influence of social media uses and gratifications on family health among US Parents: A cross-sectional study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 1-12.
- Omur, S., & Uyar, M. (2022). Sharenting: An Assessment of Parents' Social Media Sharing Tendencies in Turkey. *The Kastamonu Journal of Communication Studies*, 9, 23-45.
- Omuralieva, N., Güneş Peschke, S., & Peschke, L. (2024). A Legal Overview of Parents' Sharing About Their Children on Social Media (Sharenting). *Necmettin Erbakan University Faculty of Law Journal*, 7(3), 861-886.
- Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319–327. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.02.011>
- Ranzini, G., Newlands, G., & Lutz, C. (2020). Sharenting, peer influence, and privacy concerns: A study on the Instagram-sharing behaviors of parents in the United Kingdom. *Social Media Society*, 1-13. <https://doi.org/10.1177/2056305120978376>
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Sarkadi, A., Dahlberg, A., Fängström, K., & Warner, G. (2020). Children want parents to ask for permission before 'sharenting'. *Journal of Paediatrics and Child Health*, 56(6), 981-983.
- Sharenting. (2021). *Urban Dictionary*.
<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Sharenting>
- Siibak, A., & Traks, K. (2019). The Dark Sides of Sharenting. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 11(1), 115-121.
- Tartari, M., Lavorgna, A., & Ugwudike, P. (2023). Share with care: Negotiating children's health and safety in sharenting practices. *Media, Culture & Society*, 45(7), 1453-1470. <https://doi.org/10.1177/01634437231182002>
- Terkan, R. (2014). Sosyal medya ve pazarlama: Tüketicide kalite yansıması [Social media and marketing: Reflection of quality in the consumer]. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 57-71.
- Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2024). Sharenting: A systematic review of the empirical literature. *Journal of Family Theory & Review*, 16(3), 525-562.

- Turgut, Y. E., Kopuz, T., Aslan, A., & Eryılmaz Toksoy, S. (2021). Factors affecting parents' share on social media about their children. *Cukurova University Faculty of Education Journal*, 50(1), 276-292. <https://doi.org/10.14812/cufej.809663>
- URL-1: Parenting on social media: Survey report. Retrieved from <https://www.security.org/digital-safety/parenting-social-media-report/>
- Walrave, M., Robbé S., Staes, L., & Hallam, L. (2023) Mindful sharenting: How millennial parents balance between sharing and protecting. *Frontiers in Psychology*, 14 (1171611), 1-13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1171611>
- Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., & Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review*, 104(104401), 1-10.
- Whitehead, D. (2015). "The story god is weaving us into": Narrativizing grief, faith, and infant loss in us evangelical women's blog communities. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 21(1-2), 42-56. <https://doi.org/10.1080/13614568.2014.983559>

Correspondence

Assoc. Prof. Dr. Nagihan TANIK ÖNAL
ntanikonan@ohu.edu.tr

Teacher. Ayşe Gül İLHAN
g.aysegulaydin@gmail.com

Prof. Dr. Nezih ÖNAL
nezihonal@ohu.edu.tr

Appendix 1: Semi-Structured Interview Questions*Questions Directed to Parent Participants*

- How frequently do you share posts on social media?
- In what situations do you prefer to share content related to your child/children? Please explain your reasons.
- How do you feel when you share content about your child/children on social media? Please elaborate.
- What makes you feel the need to share posts about your child/children? Please explain.
 - What motivates you to share such content?
- What measures do you take to protect your child's digital privacy?

Questions Directed to Child Participants

- In your opinion, how much time do your parents spend on social media?
- How do you feel when your parents share content about you on social media? Please elaborate.
- Do your parents inform you or seek your consent before sharing content about you online? Please explain.
 - Would you like your parents to ask for your consent before sharing such content? Do you consider this important?