

“Sharenting” Konusunda Ebeveynlerin Farkındalık Düzeyleri

Bahanur Selcan AKPINAR¹  Neslihan PAYLAN²  Şeyma ETLİK³  Büşra ERUS⁴ 
Hediye KARAKOÇ⁵ 

¹ KTO Karatay Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Yüksekokulu, Ebelik Bölümü, Konya, Türkiye,
[bahanuselcan@hotmail.com](mailto:bahanurselcan@hotmail.com)

² KTO Karatay Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Yüksekokulu, Ebelik Bölümü, Konya, Türkiye, nesliipaylanp@gmail.com

³ KTO Karatay Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Yüksekokulu, Ebelik Bölümü, Konya, Türkiye, etkseyma@outlook.com

⁴ KTO Karatay Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Yüksekokulu, Ebelik Bölümü, Konya, Türkiye, erusbusra@gmail.com

⁵ KTO Karatay Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Yüksekokulu, Ebelik Bölümü, Konya, Türkiye,
hediye.bekmezci@karatay.edu.tr (Sorumlu Yazar/Corresponding Author)

Makale Bilgileri

ÖZ

Makale Geçmişi

Geliş: 06.02.2020

Kabul: 26.04.2020

Yayın: 25.08.2020

Anahtar Kelimeler:

Ebeveyn,
Çocuk,
Sharenting,
Sosyal Medya,
Mahremiyet.

Giriş: Sharenting, çocuğun her halini sosyal medyada paylaşan, paylaşmaktan kendini alıkoyamayan ebeveyn modelidir. Bu ebeveyn modelinin sonuçlarını tahmin etmek mümkün olmamak ile birlikte en büyük tehlike çocuğun gizliliğini kaybetmesidir.

Amaç: Araştırma, ebeveynlerin sharenting konusunda farkındalık düzeylerini artırmak, bilgi ve tutumlarını değerlendirmek, toplumsal açıdan sharenting kavramına dikkat çekmek amacıyla yapılmıştır.

Yöntem: Araştırma karşılaştırmalı-tanımlayıcı araştırma tasarımında tam sayım örnekleme yöntemi kullanılarak 464 ebeveyn ile yürütülmüştür. Araştırma verileri, literatür bilgileri doğrultusunda hazırlanan anket formu ile toplanmıştır. Verilerin istatistiksel analizinde; tanımlayıcı istatistikler, gruplar arasında yüzdelik verilerinin karşılaştırılması için ki-kare testi, normal dağılımlı parametrik verilerde ortalamanın karşılaştırılması için bağımsız gruplar arası t testi kullanılmıştır.

Bulgular: Günlük ortalama çocuk ile geçirilen süre (p=0.000), çocuğun fotoğraf-videosunu sosyal medyada paylaşma (p=0.000), gizlilik ayarlarının kontrolü (p=0.001), sosyal medyada çocuğun ad-soyadını (p=0.002) ve doğum tarihini paylaşma (p=0.010) açısından gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Ebeveynlerin %65.3'ü çocuğun fotoğraf-videolarını sosyal medyada paylaşmanın mahremiyet ihlaline girdiğini, %62.9'u fotoğraf-videoların başkaları tarafından kullanılabilirliğini düşünmektedir. Ebeveynlerin %55.2'si paylaşılan fotoğraf-videolardan ileride rahatsızlık duyabileceğini düşünmediğini, %65.5'i çocuk ile ilgili komik olayları sadece eş ile paylaşmadığını, %73.3'ü çocuğun deniz, havuz kenarında çıplak şekilde fotoğrafını paylaştığını belirtmiştir.

Sonuç ve Öneriler: Ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarına ilişkin paylaşım yapmalarına karşın sharenting konusunda hassas oldukları belirlenmiştir. Sharenting ile ilgili yapılabilecek en temel görev ebeveynlerin bilinçlendirilmesidir.

Awareness Levels of Parents on "Sharenting"

Article Info

ABSTRACT

Article History

Received: 06.02.2020

Accepted: 26.04.2020

Published: 25.08.2020

Keywords:

Parents,
Child,
Sharenting,
Social Media,
Privacy.

Introduction: Sharenting is a parent model that shares every aspect of the child on social media and cannot prevent itself from sharing. Although it is not possible to predict the consequences of this parent model, the greatest danger is the loss of the child's privacy.

Objective: The research was carried out to increase the awareness level of parents about sharenting, to evaluate their knowledge and attitudes, and to draw attention to the concept of sharenting.

Methods: The research was conducted with 464 parents using the full counting sampling method in comparative-descriptive research design. The research data were collected with a questionnaire form prepared in line with the literature information. In the statistical analysis of the data; descriptive statistics, chi-square test was used to compare percentile data between groups, and independent group t-test was used to compare the mean in parametric data with normal distribution.

Results: There was a significant difference between the groups in terms of time spent with the average daily child (p=0.000), sharing the child's photo-video on social media (p=0.000), checking privacy settings (p=0.001), sharing the child's first-surname (p=0.002) and date of birth (p=0.010). 65.3% of parents think that sharing the child's photo-videos on social media violates privacy, 62.9% think that photo-videos can be used by others. 55.2% of the parents stated that they do not think that they may feel uncomfortable in the future from the shared photos and videos, 65.5% of them stated that they did not only share the funny events about the child with the partner, 73.3% of the children shared their photos by the sea, by the pool.

Conclusions and Recommendations: It was determined that parents are sensitive about sharenting despite sharing their children on social media. The main task that can be done with regard to sharenting is to raise the awareness of parents.

Atıf/Citation: Akpınar, B.H., Paylan, N., Etlik Ş., Erus B. & Karakoç, H. (2020). "Sharenting" konusunda ebeveynlerin farkındalık düzeyleri, *Genel Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(2), 8-18.



"This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) (CC BY-NC 4.0)"

GİRİŞ

Ebeveynlerin önemli bir çoğunluğu (anne:%98, baba:%89) çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyaya yüklemektedir (Bartholomew, Schoppe-Sullivan, Glassman, Kamp Dush ve Sullivan, 2012). Sosyal medya paylaşımlarının önemli derecede artması ‘sharenting’ kavramını gündeme getirmiştir. Share ve parenting kelimelerinden türeyen “sharenting” kavramı “ebeveynin sosyal medyada çocuklarıyla ilgili ayrıntılı bilgi paylaşması” olarak tanımlanmaktadır (Marasli, Suhendan, Yılmaztürk ve Çok, 2016; Brosch, 2016; Çimke, Yıldırım ve Polat, 2018; Keith ve Steinberg, 2017).

Amerika Birleşik Devletleri’nde, %92 oranında 2 yaşından önce ve 1/3 oranında yaşamın ilk 24 saatinde çocuk ile ilgili sosyal medyada fotoğraf-video paylaşıldığı belirtilmektedir (American Academy of Pediatrics [AAP], 2016). Yaşamın ilk beş yılında bir ebeveynin ortalama 1000 adet çocuğunun fotoğrafını paylaşmış olacağı düşünülmektedir (Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Ebeveynlerin yansıra aile yakınları, sağlık çalışanları, doğum fotoğrafçıları ve öğretmenleri de çocukların fotoğraf-videolarını kontrolsüzce sosyal medyaya yükleyebilmektedir. Ayrıca hashtag (etiketleme) tekniği sayesinde sosyal medyada paylaşılan bu fotoğraflar dünyanın her yerindeki kullanıcılara anında ulaşabilmektedir (Keith ve Steinberg, 2017).

Sharenting, çocuğun her halini sosyal medyada paylaşan, paylaşmaktan kendini alıkoyamayan ebeveyn modelidir. Bu ebeveyn modelinin sonuçlarını tahmin etmek mümkün olmamakla birlikte en büyük tehlike çocuğun gizliliğini kaybetmesidir. Ebeveynler, bu paylaşımlar ile çocuklarının mahremiyet hakkını ihlal etmektedir (Dursun, 2019). Almanya, Fransa gibi ülkelerde sharenting ile ilgili düzenlemeler yapılmakla birlikte ülkemizde bu paylaşımları engelleyecek ya da yaptırım uygulayacak yeterli yasalar bulunmamaktadır. Çocuğun mahremiyet ihlali ile ilgili olarak ciddi problemlere yol açabilecek bu durum ile ilgili ebeveynlerde farkındalık oluşturulması önem taşımaktadır.

AMAC

Araştırma, ebeveynlerin sharenting konusunda farkındalık düzeylerini artırmak, bilgi ve tutumlarını değerlendirmek, toplumsal açıdan sharenting kavramına dikkat çekmek amacı doğrultusunda literatüre önemli katkı sağlayacaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın Tipi

Araştırma karşılaştırmalı-tanımlayıcı araştırma tasarımı yapılmıştır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma evrenini; bir üniversitede çalışan (akademik, idari personel ve eşleri) 0-13 yaş aralığında çocuğu olan ebeveynler oluşturmuştur. Araştırma evreninin 0-13 yaş aralığı seçilme nedeni Facebook, Instagram gibi popüler sosyal medya platformlarında hesap oluşturabilmek için 13 yaş sınırı olmasıdır. Araştırma örnekleme %95 güven aralığı ($\alpha=0,05$), $p=0,68$ (Altun, 2019) ile yapılan hesaplamada en az 334 ebeveynin alınması gerektiği belirlenmiştir. Az sayıda birimi kapsayan ve ulaşılabilirliğin kolay olduğu evren ile çalışılacağı zaman, örnekleme yöntemlerinden tam sayım yönteminin kullanılması araştırma sonuçlarının genellenebilirliği açısından daha uygun görülmektedir (Esin, 2014). Bu nedenle araştırmada örnekleme yöntemlerinden tam sayım örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aşamasında araştırmaya alınma kriterlerine uyan ve araştırmaya katılmaya gönüllü 464 ebeveyn araştırmaya alınmıştır. Araştırmaya alınma kriterleri ise; ebeveynin Türkçe konuşma ve anlaması, sosyal medya hesabı olması, 0-13 yaş aralığında çocuğa sahip olması, araştırmaya katılmaya gönüllü olmasıdır.

Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri, literatür (Bartholomew ve vd. 2012; McDaniel, Coyne ve Holmes, 2012; Family Online Safety Institute [FOSI], 2015; Marasli ve vd. 2016; Brosch, 2016; Blum-Ross ve Livingstone, 2017; Otero, 2017; Çimke ve vd. 2018; Erişir ve Erişir, 2018; Altun, 2019; Dursun, 2019; Duygulu, 2019; Küçükali ve Serçemeli, 2019; Keith ve Steinberg, 2017) bilgileri doğrultusunda araştırmacılar tarafından hazırlanan anket formu kullanılarak toplanmıştır. Anket formunun anlaşılabilirliği ve uygulanabilirliğini geliştirmek için 10 ebeveyn ile ön uygulama yapılmış ve ön uygulama sırasında doldurulan formlar analiz kapsamına alınmamıştır. Anket formu; tanımlayıcı özellikler (12 soru), sharenting farkındalığı (36 soru) olmak üzere 48 sorudan oluşmaktadır.

Veri Toplama

Kurumdan yazılı izin alındıktan sonra Ekim 2019-Aralık 2019 tarih aralığında araştırmaya katılmaya gönüllü akademik, idari personelden, kurumun işleyişine zarar vermeden, çalışma saatlerini ve hizmeti aksatmadan veriler toplanmıştır. Katılımcılara anket formu verilerek kendi kendilerine doldurmaları istenmiştir. Formu doldurulma süresi 5 dakika olarak belirlenmiştir. Ayrıca çalışanların eşlerinden de veri toplanabilmesi için anket formu verilmiş ve ertesi gün teslim alınmıştır.

Verilerin Analizi

Verilerin kodlanması ve değerlendirilmesi SPSS 20.0 paket programında yapılmıştır. Verilerin istatistiksel analizinde; tanımlayıcı istatistikler, gruplar arasında yüzdelerle karşılaştırılması için ki-kare testi, normal dağılımlı parametrik verilerde ortalamaların karşılaştırılması için bağımsız gruplar arası t testi kullanılmıştır.

Etik

Araştırmaya başlamadan önce, KTO Karatay Üniversitesi Tıp Fakültesi İlaç ve Tıbbi Cihaz Dışı Araştırmalar Etik Kurulu'ndan etik kurul onayı (30.09.2019 tarih ve 2019/006 sayılı) ve kurum izinleri alınmıştır. Katılımcıların öz bildirimine dayalı olarak yürütülen tüm araştırmalarda gönüllülük şartı olmasından dolayı ebeveynlerin gönüllü ve istekli olmalarına özen gösterilmiş, araştırmaya katılıp katılmama konusunda özgür oldukları açıklanmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan annelerin yaş ortalaması 32.36 ± 5.39 olup %36'sı üniversite mezunu, %61.8'inin geliri giderine eşittir. Annelerin en son sahip olduğu çocuğun yaş ortalaması 4.62 ± 2.99 olup %45.8'inin 2 yaşayan çocuğu bulunmakta, %53.1'inin kız çocuğu bulunmakta, %96.7'si evlidir (Tablo 1).

Araştırmaya katılan babaların yaş ortalaması 34.44 ± 6.58 olup %37'si üniversite mezunu, %59.3'ünün geliri giderine eşittir. Babaların en son sahip olduğu çocuğun yaş ortalaması 4.24 ± 2.85 olup %40'ının 2 yaşayan çocuğu bulunmakta, %55'inin kız çocuğu bulunmakta ve %97.9'u evlidir (Tablo 1).

Her iki örneklem grubu eğitim durumu, sosyoekonomik durum, sahip olunan çocuk sayısı, en son sahip olunan çocuğun yaşı ve cinsiyeti, evlilik durumu açısından benzerdir. Türkiye Aile Yapısı Araştırması (TAYA) raporuna göre kadın ve erkek için uygun görülen ilk evlenme yaşı incelendiğinde; kadınlar (%46.9) için en uygun ilk evlenme yaşı 20-24 yaş arası, erkekler (%53.9) için ise 25-29 yaş arası olarak belirtilmektedir (TAYA 2016). Araştırmaya alınan anne-babalar arasında yaş bakımından istatistiksel olarak fark olmasının uygun görülen evlenme yaşından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Tanıtıcı Özellikleri

Tanımlayıcı Özellikler	Anne	Baba	Test ve p değeri
Yaş (x±ss)	32.36±5.39	34.44±6.58	t=-3.597 p=0.000
Eğitim durumu			
İlkokul	39(14.2)	18(9.5)	X ² =10.749*
Ortaokul	52(18.9)	27(14.3)	p=0.057
Lise	65(23.6)	45(23.8)	
Üniversite	99(36.0)	70(37.0)	
Yüksek lisans	12(4.4)	20(10.6)	
Doktora	8(2.9)	9(4.8)	
Sosyo-ekonomik durum			
Gelir-gider eşit	170(61.8)	112(59.3)	X ² =0.308*
Gider fazla	71(25.8)	52(27.5)	p=0.857
Gelir fazla	34(12.4)	25(13.2)	
Çocuk sayısı			
1	75(27.3)	53(28.0)	X ² =0.167*
2	126(45.8)	83(40.0)	p=0.920
3 ve üzeri	74(26.9)	53(28.0)	
En son sahip olduğu çocuğun yaşı (x±ss)	4.62±2.99	4.24±2.85	t=-0.052* p=0.959
En son sahip olduğu çocuğun cinsiyeti			
Kız	146(53.1)	104(55.0)	X ² =0.169*
Erkek	129(46.9)	85(45.0)	p=0.681
Evlilik durumu			
Evli	266(96.7)	185(97.9)	X ² =0.207**
Bekâr	9(3.3)	4(2.1)	p=0.649

*Pearson Chi-square; **Yate's Düzeltmelik Ki²

Anne ve babaların sosyal medya kullanımına ilişkin özellikleri karşılaştırıldığında; günlük ortalama çocuk ile geçirilen süre bakımından gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiş olup annelerin puan ortalamasının daha yüksek olduğu bulunmuştur (p=0.000). Çocuğun fotoğraf-videosunu sosyal medyada paylaşma bakımından gruplar arasında farklılığın anlamlı olduğu ve annelerin daha fazla (%69.8) fotoğraf-video paylaştığı belirlenmiştir (p=0.000). Çocuğun fotoğraf-videosunu sosyal medyada paylaşma nedenine göre ebeveynler karşılaştırıldığında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olduğu (p=0.004) ve grupların mutluluğu ispatlamak amacıyla paylaşım yaptığı belirlenmiştir. Gruplar arasında paylaşılan fotoğraf-videoları görebilen kişiler bakımından anlamlı farklılık olduğu, kadınların gizlilik ayarlarının kontrolü konusunda daha kontrolcü davrandıkları saptanmıştır (p=0.001) (Tablo 2).

Ortalama sosyal medyada geçirilen süre (p=0.472) ve sosyal medyaya yüklenen fotoğraf-video sayısı (p=0.176) bakımından gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı bulunmuştur (Tablo 2).

Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Özellikleri

Özellikler	Kadın	Erkek	Test ve p değeri
Ortalama sosyal medyada geçirilen süre (x±ss)	122.28±98.37	130.05±124.18	t=0.719 p=0.472
Ortalama sosyal medyaya yüklenen fotoğraf-video sayısı (x±ss)	0.77±1.47	0.59±1.28	t=1.355 p=0.176
Ortalama çocukla geçirilen süre (oyun oynama-parka götürme-sohbet gibi) (x±ss)	252.62±186.61	158.53±98.79	t=6.414 p=0.000
Çocuğun fotoğraf-videosunu sosyal medyada paylaşma			
Evet	192(69.8)	96(50.8)	X ² =17.220* p=0.000
Hayır	83(30.2)	93(49.2)	
Çocuğun fotoğraf-videosunu sosyal medyada paylaşma nedeni			
Beğeni almak	34(12.4)	16(8.5)	X ² =15.152* p=0.004
Sosyal medya kullanım alışkanlığı	38(13.8)	15(7.9)	
Özel anları paylaşmak	51(18.5)	24(12.7)	
Mutluluğu ispatlamak	102(37.1)	76(40.2)	
Sevmiyorum	50(18.2)	58(30.7)	
Çocuk ile ilgili paylaşılan fotoğraf-video beğenisinin memnuniyeti			
Çok fazla	20(7.3)	11(5.8)	X ² =6.695* p=0.153
Fazla	31(11.3)	18(9.6)	
Orta	54(19.6)	24(12.7)	
Az	13(4.7)	15(7.9)	
Hiç önemli değil	157(57.1)	121(64.0)	
Paylaşılan fotoğraf-videoları görebilen kişiler			
Sadece ben	9(3.3)	11(5.8)	X ² =19.855* p=0.001
Ailem	32(11.6)	35(18.5)	
Belirlediğim kişiler	137(49.8)	56(29.6)	
Listemdeki tüm arkadaşlarım	89(32.4)	78(41.3)	
Herkese açık	8(2.9)	9(4.8)	
Sosyal medya gizlilik ayarlarını kontrol etme sıklığı			
Her fotoğraf veya video paylaştığımda	67(24.4)	38(20.1)	X ² =1.988* p=0.738
Haftada bir	14(5.0)	11(5.8)	
Ayda bir	19(6.9)	12(6.4)	
Aklıma geldikçe	152(55.3)	107(56.6)	
Herkese açık	23(8.4)	21(11.1)	

Tüm katılımcıların %98.1'i gebelik döneminde ultrason resimlerini ve %97.2'si vücut şeklini (karın bölgesini ön plana çıkararak) fotoğrafları paylaşmadığını, %96.1'i çocuğa özel sosyal medya hesabı açmadığını, %95'i paylaştığı fotoğraf-videolara firma ya da marka etiketlemediğini, %80.2'si çocuğun ismini paylaşmadığını, %84.5'i doğum tarihini paylaşmadığını, %78.7'si konum belirtmediğini, %84.3'ü kreşi veya bulunduğu konumu etiketlemediğini belirtmiştir. Katılımcıların %65.3'ü çocuğun fotoğraf-videolarını sosyal medyada paylaşmanın mahremiyet ihlaline girdiğini, %62.9'u fotoğraf-videoların başkaları tarafından kullanılabileceğini düşünmektedir (Tablo 3).

Ebeveynlerin %55.2'si paylaşılan fotoğraf-videolardan ileride rahatsızlık duyabileceğini düşünmediğini, %65.5'i çocuk ile ilgili komik olayları sadece eş ile paylaşmadığını, %73.3'ü çocuğun deniz, havuz kenarında çıplak şekilde fotoğrafını paylaştığını belirtmiştir (Tablo 3).

Ebeveynlerin çocuk mahremiyeti konusunda farkındalıkları karşılaştırıldığında; çocuğun sosyal medyada ad-soyadını paylaşma (p=0.002) ve doğum tarihini paylaşma (p=0.010) durumları açısından anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Her üç durum karşısında erkeklerin daha doğru yaklaşım sergiledikleri bulunmuştur (Tablo 3).

Ebeveynler arasında; gebelik döneminde ultrason resimlerini ($p=0.321$) ve vücut şeklini (karın bölgesini ön plana çıkararak) fotoğraflar paylaşma ($p=0.109$), çocuğa özel sosyal medya hesabı açma ($p=0.934$), paylaşılan fotoğraf veya videolara firma ya da marka etiketleme ($p=0.622$), çocuğun fotoğraf-videolarını sosyal medyada paylaşmanın mahremiyet ihlaline girdiğini düşünme ($p=0.089$), fotoğraf-videoların başkaları tarafından kullanılabilceğini düşünme ($p=0.427$), konum belirtme ($p=0.055$), kreşi veya bulunduğu konumu etiketleme ($p=0.219$), çocuğun paylaşılan fotoğraf veya videolardan ileride rahatsızlık duyabileceğini düşünme ($p=0.116$), çocuk ile ilgili komik olayları sadece eş ile paylaşma ($p=0.528$), çocuğun deniz, havuz kenarında çıplak şekilde fotoğrafını paylaşma ($p=0.454$) bakımından istatistiksel açıdan farklılık olmadığı bulunmuştur (Tablo 3).

Tablo 3. Ebeveynlerin Çocuk Mahremiyeti Konusunda Farkındalıkları

İfadeler	Tüm Ebeveynler n(%)	Kadın n(%)	Erkek n(%)	Test ve p değeri
Gebelik döneminde ultrason resimlerini sosyal medyada paylaşma	9(1.9)	7(2.5)	2(1.1)	$p=0.321^{***}$
Gebelik döneminde vücut şeklini (karın bölgesini ön plana çıkararak) fotoğraflar paylaşma	13(2.8)	11(4.0)	2(1.1)	$X^2=2.561^{**}$ $p=0.109$
Çocuğa özel sosyal medya hesabı açma	18(3.9)	10(3.6)	8(4.2)	$X^2=0.007^{**}$ $p=0.934$
Paylaşılan fotoğraf-videolara firma ya da marka etiketleme	23(5.0)	12(4.4)	11(5.8)	$X^2=0.243^{**}$ $p=0.622$
Çocuğun fotoğraf-videolarını sosyal medyada paylaşmanın mahremiyet ihlaline girdiğini düşünme	303(65.3)	171(62.2)	132(69.8)	$X^2=2.900^*$ $p=0.089$
Fotoğraf-videoların başkaları tarafından kullanılabilceğini düşünme	292(62.9)	169(61.5)	123(65.1)	$X^2=0.631^*$ $p=0.427$
Çocuğun ad-soyadını paylaşma	92(19.8)	68(24.7)	24(12.7)	$X^2=9.453^{**}$ $p=0.002$
Çocuğun doğum tarihini paylaşma	72(15.5)	53(19.3)	19(10.1)	$X^2=6.577^{**}$ $p=0.010$
Fotoğraf veya video atarken konum belirtme	99(21.3)	67(24.4)	32(16.9)	$X^2=3.687^*$ $p=0.055$
Çocuğunuzun gittiği kreşi veya bulunduğu konumu etiketleme	73(15.7)	48(17.5)	25(13.2)	$X^2=1.510^*$ $p=0.219$
Çocuğun paylaşılan fotoğraf-videolardan ileride rahatsızlık duyabileceğini düşünme	208(44.8)	115(41.8)	93(49.2)	$X^2=2.472^*$ $p=0.116$
Çocuk ile ilgili komik olayları sadece eş ile paylaşma	160(34.5)	98(35.6)	62(32.8)	$X^2=0.398^*$ $p=0.528$
Deniz, havuz kenarında çocuğun çıplak şekilde fotoğrafını paylaşma	340(73.3)	198(72.0)	142(75.1)	$X^2=0.561^*$ $p=0.454$

*Pearson Chi-square; **Yate's Düzeltmelik Ki^2 ;***Fisher's Exact Test

Tabloda evet cevabını veren katılımcıların sayısı ve yüzdeleri verilmiştir.

Anne ve babaların %68.3'ü çevrimiçi paylaşılan her şeye başkalarının ulaşabileceğini, %76.5'i paylaşılan fotoğraf-videoların farklı amaçlarla kullanılabilceğini, %74.8'i pedofili sitelerine kopyalanma riski taşıdığını, %92.9'u öfke nöbetleri, yeme problemleri, acı çektiği anları içeren paylaşımlar yapılmaması gerektiğini, %88.1'i çocuğun bulunduğu konum hakkında bilgi paylaşılmaması gerektiğini, %94.2'si çıplak, küvette, denizde resim paylaşılması gerektiğini belirtmektedir. Ebeveynlerin %77.4'ü güncellemelerle birlikte sosyal medya hesaplarının gizlilik ayarlarında değişiklik olabileceğini, %71.3'ü gizlilik ayarları kontrol edilmiş olsa bile, yapılan paylaşımların arkadaş listesi dışındaki kişilere de ulaşabileceğini, %87.5'i çocuğu ile ilgili başkalarının fotoğraf-video paylaşmasının kendisini rahatsız edeceğini belirtmektedir (Tablo 4).

Tablo 4. Ebeveynlerin Sharenting Konusunda Farkındalık Düzeyleri (n=464)

İfadeler	Tüm Ebeveynler n(%)	Kadın n(%)	Erkek n(%)
Çevrimiçi paylaşılan her şeye başkaları ulaşabilir.	317(68.3)	182(66.2)	135(71.4)
Paylaştığım fotoğraf veya videolar farklı amaçlarla kullanılabilir.	355(76.5)	204(74.2)	151(79.9)
Pedofili sitelerine kopyalanma riski taşımaktadır.	347(74.8)	205(74.5)	142(75.1)
Çocuğun öfke nöbetleri, yeme problemleri, acı çektiği anları içeren paylaşımlar yapılmamalıdır.	431(92.9)	260(94.5)	171(90.5)
Çocuğun bulunduğu yerler hakkında bilgi paylaşılmamalıdır.	409(88.1)	243(88.4)	166(87.8)
Çocuğun yaşı ne olursa olsun çıplak, küvette, denizde resimlerini paylaşılmamalıdır.	437(94.2)	261(94.9)	176(93.1)
Sosyal medya hesapları yapılan güncellemelerle birlikte gizlilik ayarlarında değişiklik yapabilmektedir.	359(77.4)	203(73.8)	156(82.5)
Sosyal medya hesaplarının gizlilik ayarları kontrol edilmiş olsa bile, yapılan paylaşımlar arkadaş listesi dışındaki kişilere de ulaşabilir.	331(71.3)	183(66.5)	148(78.3)
Çocuğumla ilgili başkalarının fotoğraf veya video paylaşması beni rahatsız eder.	406(87.5)	238(86.5)	168(88.9)

Tabloda katılıyorum cevabını veren katılımcıların sayısı ve yüzdeleri verilmiştir.

TARTIŞMA

Sharenting, çocuğun her halini sosyal medyada paylaşan, paylaşmaktan kendini alıkoyamayan ebeveyn modelidir. Bu model, ailelerin iyi niyet taşınmasına karşın çocuk açısından mahremiyet ihlaline neden olmaktadır. Gelecek nesiller için toplumsal yapıya büyük zararlar verebilecek önemli riskler taşımaktadır. Sharenting uygulaması ile ilgili tehlikeler önenebilir niteliktedir. Bu nedenle ebeveynlerin bilinçlendirilmesi, farkındalık oluşturulması için bizlere önemli görevler düşmektedir.

Araştırmada annelerin, oyun oynama, parka götürme, sohbet etme gibi çocuk ile geçirilen süre bakımından daha fazla aktivite gerçekleştirdiği belirlenmiştir. Ebeveynlik rolü ve aile içi iletişim konularındaki değişimlerin çocuk gelişimini olumlu etkilemesine karşın günümüzde hala annenin çocuk bakımında temel sorumluluğu aldığı, babanın çocuk bakımı için harcadığı zamanın anneye göre daha az olduğu görülmektedir. Çocuğun gelişimi üzerinde anne ve baba farklı katkılar ve modeller sunmaktadır. Genellikle anneler daha az yönlendirici, daha çok işbirlikçi ve duyarlı model olurken; babalar yönlendirici ve kendini ifade edici model olmaktadır. Bu farklı model ve katkılar çocuğun fiziksel, sosyal ve psikolojik yönden gelişimini zenginleştirmektedir (Kuzucu, 2011). Dolayısıyla her iki ebeveynin çocuk gelişimi konusunda önem taşıdığı gerçeği hususunda ebeveynlerin özellikle babaların bilinçlendirilmesi gerektiği söylenebilir. Ayrıca gelişen teknoloji ve erişim kolaylığı sonucu internet ve sosyal medya kullanımının gün geçtikçe arttığı ve aile içi iletişimi, akran iletişimini, ebeveyn-çocuk iletişimini olumsuz etkilediği göz ardı edilmemelidir (Güleç, 2018).

Araştırma bulgularına göre annelerin %69.8'inin babaların %50.8'inin çocuk ile ilgili fotoğraf-video paylaştığı belirlenmiştir. Araştırma bulgumuzu destekler nitelikte, Michigan Üniversitesi C.S. Mott Çocuk Hastanesinin sharenting konusunda yayınladığı araştırmaya göre annelerin %56'sının, babaların ise %34'ünün sosyal medyada çocukları ile ilgili paylaşımlarda bulunduğu belirlenmiştir (C.S.

Mott Children's Hospital National Poll on Children's Health, 2015). Bartholomew ve diğerleri (2012) yaptığı çalışmada annelerin %98'inin ve babaların %89'unun çocuğunun fotoğraflarını sosyal medyaya yüklediğini belirtmektedir. Gün içerisinde anneleri ile daha çok vakit geçiren çocuklar ile ilgili fotoğraf-video paylaşımının babalara oranla annelerin daha fazla paylaşması beklenen bir bulgudur. Türkiye'de internete erişimin kolaylık kazanmasıyla birlikte blogların sayısı da artmıştır. Bloglar, önceleri defterlere yazılan özel duygu ve düşüncelerin, internetle birlikte sanal günlük şeklinde kamusal görünürlük kazandığı bir ortamdır (Gürçayır Teke, 2014). Annelere ait kullanıcı adları incelendiğinde; oyuncu anne, müzisyen anne, çalışan anne, gezgin anne, doğal anne, akademisyen anne, uzman anne, öğretmen anne gibi sosyal medya hesaplarının günden güne sayıları artarak çoğalmaktadır (Çimke ve vd. 2018). Takipçilerin yorum ve cevaplarıyla etkileşimli bir boyut kazanan blogların etik, pedagojik başta olmak üzere birçok olumlu ve olumsuz sonuçları bulunmaktadır.

Günümüz dünyasında ebeveynlik deneyimi ile ilgili sevinçleri, zorlukları sosyal medyada paylaşmak giderek daha da popüler hale gelmektedir (Brosch, 2016; Çimke ve vd. 2018). Araştırmada, ebeveynlerin en çok mutluluğu ispatlamak amacıyla çocuğunun fotoğraf-videosunu paylaştığı bulunmuştur. Ebeveynlik ile ilgili paylaşımların; sosyal destek kazanma, benzer durumları yaşayan ebeveynlerden bilgi alma, yalnızlık duygusunu giderme, beğenilme gibi olumlu tarafların olabileceği belirtilmektedir (Keith ve Steinberg, 2017). Ancak konu ile ilgili Dursun (2019) bazı ebeveynlerin psikolojik doyum amacıyla sosyal medyada çocuğu ve ebeveynliği ile ilgili paylaşım yaparak onaylanma ihtiyacı duyduğunu ve çocuğunu zarar verebilme ihtimalini öngöremediğini belirtmektedir. Erişir ve Erişir (2018) ebeveynlerin toplumsal bir onay almak için çocuğunun resimlerini aşırı şekilde paylaştığını, çocuklarını psikolojik tatmin aracı olarak gördüklerini, yorum ve beğeni yapılmasının ebeveynlik rolünden duydukları memnuniyeti artırdığını belirtmektedir. Literatür sonuçları, araştırma bulgusunu desteklemektedir.

Sosyal medya hesaplarının gizlilik ayarlarını kontrol etme konusunda annelerin daha özen gösterdikleri belirlenmiştir. Ancak araştırma bulgusunun aksi bir örnek bulunmaktadır. Blogger Nihan Kayalıoğlu'na sosyal medyada sürekli iki çocuğunun fotoğraflarını paylaşması nedeniyle "Çocuklarımı reklam malzemesi yapıp para kazanıyor, istismara davetiye çıkarıyor" diyerek açılan boşanma davasında mahkeme, çocuklarının fotoğraflarını paylaşmasını yasaklamış, ayrıca velayetlerin de babaya verilmesine karar vermiştir (Erişir ve Erişir, 2018). Verilen örnek yukarıda bahsedilen blogger anneliğin etik ve pedogolojik olumsuz etkilerine verilebilecek somut bir örnektir.

Ebeveynler arasında sosyal medyada geçirilen süre ve sosyal medyaya yüklenen fotoğraf-video sayısı bakımından fark olmadığı bulunmuştur. Son yıllarda bireylerin sosyal medyada yaşanan gelişmeleri kaçırma ve haberdar olamama korkusu yaşamalarına bağlı olarak sosyal medyada oldukça uzun süreler geçirmelerine neden olan Fear of Missing Out (Gelişmeleri Kaçırma Korkusu) olarak adlandırılan yeni bir bağımlılık türünü gündeme getirmiştir (Gökler, Aydın ve vd. 2016). Ayrıca sosyal medyada geçirilen süre arttıkça aile ilişkilerinin de o oranda azalacağı bir gerçektir (Güleç, 2018). Bu nedenle sosyal medya kullanımı ile ilgili ailelerin eğitim, danışmanlık ve rehberlik yoluyla bilinçlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Ebeveynler, çocuğun mahremiyet hakkı konusunda yüksek farkındalık düzeyine sahiptir. Ancak bazı noktalarda farklı görüşler ortaya çıkmıştır. İlki ebeveynler paylaşılan fotoğraf-videolardan çocuğun ileride rahatsızlık duymayacağını, çocuk ile ilgili komik, gülünç olayların başkaları ile paylaşmanın sakıncası olmadığını düşünmektedir. Çevrimiçi Aile Güvenliği Enstitüsü (FOSI) tarafından yapılan araştırmada da ebeveynlerin %20'sinin ileride çocuğunun utanabileceğini düşündüğü bilgileri paylaştığını, her on aileden birinde paylaşılan bilgilerin çocuklar tarafından kaldırılmasının istendiği belirtilmektedir (FOSI, 2015). Konu ile ilgili pedagoğlar; son derece mahrem konularda çekilebilen

fotoğraf ve videoların başkaları tarafından görülmesinden dolayı ilerleyen yıllarda çocukların rahatsızlık duyabileceğini vurgulamaktadır (Küçükali ve Serçemeli, 2019). Keith ve Steinberg (2017) ebeveynlerin çocuklarının mahremiyetini koruyabilmek için çocuğa dair bir içerik paylaşmadan önce büyüdüğünde o paylaşımı nasıl değerlendireceğini düşündükten sonra karar verilmesi gerektiğini önermektedir. Otero (2017) ebeveynlerin çocuklarına yapılacak paylaşımlar ile ilgili veto yetkisini vermeleri gerektiğini belirtmektedir. Rıza alınmadan yapılan paylaşımlar ile ilgili çocukların dava açabilme hakkına ilişkin düzenlemeler Fransa ve Almanya’da gündemdedir. Ülkemizde ise bu gidişatın bir sonucu olarak gelecek yıllarda mahkemelerde karşımıza çıkacağı düşünülmektedir.

Son olarak ise deniz, havuz kenarında çocuğun çıplak şekilde durmasına izin verdiklerini belirtmişlerdir. Brosch (2016) ebeveynlerin %77.9'unun çocukların çıplak veya yarı çıplak fotoğraflarını paylaştığını tespit etmiştir. Çocuklarının uygun olmayan fotoğraf-videolarını sosyal medyada paylaşmak kötü amaçlı sitelerde sergilenmesine neden olabilmektedir (Duygulu, 2019). Keith ve Steinberg (2017) ebeveynlerin çocuklarının mahremiyetini koruyabilmek için tüm fotoğraflarda çocukların giyinik olmasına dikkate edilmesi gerektiği önerisinde bulunmaktadır.

Çocuğun sosyal medyada ismini ve doğum tarihini paylaşma konusunda erkeklerin daha doğru yaklaşım sergiledikleri bulunmuştur. Duygulu’nun (2019) belirttiğine göre Minkus ve diğerleri (2015) ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarının verileri takip edilerek; çocukların isim, adres, yaş, doğum günü ve hatta inanç bilgilerine bile ulaşıldığını belirtmektedir. Konu ile ilgili ebeveynlere çocuklarının mahremiyetini koruyabilmek için çocuğun isminin internette aratıldığı her durumda bir uyarı mesajı alabilmek için Google Alert gibi uygulamaları kullanması, geniş kitlelere çocuğun kişisel bilgilerini ve yerini belirtmekten kaçınması gerektiği önerilmektedir (Otero, 2017; Keith ve Steinberg, 2017).

Ebeveynlerin %87.5’i çocuğu ile ilgili başkalarının fotoğraf-video paylaşmasının kendisini rahatsız edeceğini belirtmektedir. Ebeveynlerin yanı sıra sağlık çalışanları ve doğum fotoğrafçıları reklam amacıyla kontrolsüzce bir başkasının çocuğunu paylaşabilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken husus; #hashtag “etiketleme” ile fotoğraf-videoların herkes tarafından ulaşılır hale gelmesidir (Erişir ve Erişir, 2018). Sosyal medya paylaşımlarının, aranabilir ve paylaşılabilir yapısı göz önüne alınarak ebeveynlerin yayın yapma özgürlüğü ile çocukların mahremiyet ve unutulma hakları arasında çelişki olduğu ifade edilebilir (Çimke ve vd. 2018). Unutulmamalıdır ki, sharenting çocukların mahremiyetin ve dijital kimliklerinin korunması ile ilgili riskleri beraberinde getirmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüzde sosyal medya, insanların günlük yaşam aktivitelerinin önemli bir parçası haline gelmiştir. İnsanlar iletişim ve paylaşım aracı olarak büyük oranda sosyal medya kullanmaktadır. Birçok fayda ile birlikte bilinçsiz kullanım ile birlikte bağımlılık, mahremiyet, gizlilik başta olmak üzere azımsanmayacak zararları bulunmaktadır. Bu araştırmada, ebeveynlerin sharenting konusunda farkındalık düzeylerini artırmak, bilgi ve tutumlarını değerlendirmek, toplumsal açıdan sharenting kavramına dikkat çekmek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarına ilişkin paylaşım yapmalarına karşın sharenting konusunda hassas oldukları belirlenmiştir. Çocukları fiziksel, sosyal ve psikolojik her türlü zarardan korumakla yükümlü olan ebeveynler, kasıtlı olmasa dahi sosyal medya üzerinden ileriye yönelik ciddi zararlar verebilmektedir. Sharenting ile ilgili yapılabilecek en temel görev ebeveynlerin neler yapmaları gerektiği konusunda bilinçlendirilmesidir. Dolayısıyla çocuğun fotoğraf-videolarının sosyal medyada paylaşmanın mahremiyet ihlaline girdiği, fotoğraf-videoların screenshot vb. uygulamalar ile başkaları tarafından kullanılabilmesi, çocuğun paylaşılan fotoğraf-videolardan ileride rahatsızlık duyabileceği, çocuk ile ilgili komik, gülünç olayların paylaşılmasının da mahremiyet ihlali olduğu konusunda ebeveynlerin farkındalık düzeylerinin artırılması önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- American Academy of Pediatrics. (2016). Researchers caution about potential harms of parents' online posts about children. Available from: <https://www.aap.org/en-us/about-the-aap/aap-pressroom/pages/researchers-caution-about-potential-harms-of-parents-online-posts-about-children.aspx>.
- Altun, D. (2019). An investigation of preschool childrens's digital footprints and screen times and of parents sharenting and digital parenting roles. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 10(35), 76-97.
- Bartholomew M., Schoppe-Sullivan S., Glassman M., Kamp Dush C., ve Sullivan J. (2012). New parents' facebook use at the transition to parenthood. *Family Relations*, 61(3), 455-469.
- Blum-Ross A., ve Livingstone S. (2017). Sharenting, parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125.
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the internet: Sharenting as a growing trend among parents on facebook. *The New Educational Review*, 43(1), 225-236.
- Çimke S., Yıldırım Gürkan D., ve Polat S. (2018). Sosyal medyada çocuk hakkı ihlali: sharenting. *Güncel Pediatri*, 16(2), 261-267.
- Dursun, C. (2019). Ebeveynlerin çocuklarını sosyal medyada teşhiri: Çocuk hakları bağlamında bir değerlendirme. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, 4(8), 195-208.
- Duygulu, S. (2019). Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın mahremiyet ihlali ve çocuk istismarı açısından değerlendirilmesi. *TRT Akademi*, 4(8), 428-487.
- Erişir R., ve Erişir, D. (2018). Yeni medya ve çocuk: Instagram özelinde sharenting (paylaşanababalık) örneği. *Yeni Medya Dergisi*, 4-5, 51-64.
- Esin, M., (2014). Örnekleme. In: Erdoğan, S., Nahcivan, N., Esin, M (EDS.), *Hemşirelikte Araştırma Süreç Uygulama ve Kritik* (173). İstanbul, Nobel Tıp Kitabevleri.
- Family Online Safety Institute (FOSI). (2015). Parents, Privacy & Technology Use. Available from: <https://www.fosi.org/policy-research/parents-privacy-technology-use/>
- Gökler M., Aydın R., Ünal E., ve Metintaş, S. (2016). Sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ölçeğinin türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17 (52-59), 53-59.
- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 2(1), 105-120.
- Gürçayır Teke, S. (2014). Dönüşen anneliğe yönelik netnografik bir analiz: Blogger anneler. *Millî Folklor*, 26 (103), 32-47.
- C.S. Mott Children's Hospital National Poll on Childrens Health. (2015). Parents on Social Media: Likes and Dislikes of Sharenting. Available from: https://mottpoll.org/sites/default/files/documents/031615_sharenting_0.pdf 23.
- Keith B., ve Steinberg S. (2017). Parental sharing on the internet child privacy in the age of social media and the pediatrician's role. *JAMA Pediatrics*, 171(5), 413-414.
- Kuzucu, Y. (2011). Değişen babalık rolü ve çocuk gelişimine etkisi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (35), 79-91.
- Küçükali A., ve Serçemeli C. (2019). Çocukların sosyal medyadaki mahremiyet hakları ve "sharenting" üzerine bir uygulama: Atatürk Üniversitesi Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(68), 1116-1186.
- Marasli M., Suhendan E. Yilmazturk N., ve Cok F. (2016). Parents' shares on social networking sites about their children: Sharenting. *Anthropologist*, 24(2), 399-406.
- McDaniel B., Coyne S., ve Holmes E. (2012). New mothers and media use: associations between blogging, social networking, and maternal well-being. *Matern Child Health J.*, 16(7), 1509-1517.
- Minkus T., Liu K., ve Ross K. (2015). Children seen but not heard: when parents compromise children's online privacy. *International World Wide Web Conference, IW3C2*: 1-11.
- Otero, P. (2017). Sharenting... should children's lives be disclosed on social media?. *Arch Argent Pediatr*, 115(5), 412-413.
- Türkiye Aile Yapısı Araştırması. (TAYA). (2016). Available from: <https://ailevecalisma.gov.tr/uploads/athgm/uploads/pages/indirilebilir-yayinlar/60-aile-yapisi-arastirmasi-2006.pdf>. 28.01.2020

EXTENDED ABSTRACT

Introduction: The concept of "sharenting" which derives from the words share and parenting, is defined as the parent's sharing detailed information about his children on social media (Marasli, Suhendan, Yılmaztürk ve Çok, 2016; Brosch, 2016; Çimke, Yıldırım ve Polat, 2018; Keith ve Steinberg, 2017). Sharenting is a parent model that shares every aspect of the child on social media and cannot prevent itself from sharing. Although it is not possible to predict the consequences of this parent model, the greatest danger is the child's privacy (Dursun, 2019). Although regulations are made regarding sharenting in countries such as Germany and France, there are not enough laws in our country to prevent.

Objective: The research was carried out to increase the awareness level of parents about sharenting, to evaluate their knowledge and attitudes, and to draw attention to the concept of sharenting.

Methods: The research was carried out in comparative-descriptive research design. The research was carried out at a university in Konya between June 2019 and February 2020. The research universe has compose parents with children between the ages of 0-13 working in a university. In the calculation made with 95% confidence interval ($\alpha = 0.05$), $p = 0.68$ (Altun, 2019), it was determined that at least 334 parents should be taken. The research was conducted with 464 parents using the full counting sampling method. The research data were collected with a survey form prepared in line with the literature information (Bartholomew ve vd. 2012; McDaniel, Coyne ve Holmes, 2012; FOSI, 2015; Marasli ve vd. 2016; Brosch, 2016; Blum-Ross ve Livingstone, 2017; Otero, 2017; Çimke ve ark. 2018; Erişir ve Erişir, 2018; Altun, 2019; Dursun, 2019; Duygulu, 2019; Küçükali ve Serçemeli, 2019; Keith ve Steinberg, 2017). Survey form consists of 48 questions including descriptive features (12 questions), sharenting awareness (36 questions). After obtaining written permission from the institution, data was collected from academic and administrative staff between October 2019 and December 2019 without harming the functioning of the institution, without interrupting the working hours and service. By giving a survey form, the participants were asked to fill in themselves. In addition, a survey form was given to the employees to collect data from their partners and they were received the next day. In the statistical analysis of the data; descriptive statistics, chi-square test was used to compare percentile data between groups, and independent group t-test was used to compare the mean in parametric data with normal distribution. Ethics committee approval (dated 30.09.2019 and numbered 2019/006) from KTO Karatay University Faculty of Medicine Pharmaceuticals and Non-Medical Devices Ethics Committee and institution permissions were obtained.

Results: The average age of the mothers is 32.36 ± 5.39 , 36% of them are university graduates and 61.8% of the income is equal to their expenses. The average age of the fathers is 34.44 ± 6.58 , 37% of them are university graduates and 59.3% of the income is equal to their expenses. Both sample groups are similar in terms of educational status, socioeconomic status, number of children owned, age and gender of the last owned child, and marital status. There was a significant difference between the groups in terms of time spent with the average daily child ($p=0.000$), sharing the child's photo-video on social media ($p=0.000$), checking privacy settings ($p=0.001$), sharing the child's first-surname ($p=0.002$) and date of birth ($p=0.010$). 65.3% of parents think that sharing the child's photo-videos on social media violates privacy, 62.9% think that photo-videos can be used by others. 55.2% of the parents stated that they do not think that they may feel uncomfortable in the future from the shared photos and videos, 65.5% of them stated that they did not only share the funny events about the child with the partner, 73.3% of the children shared their photos by the sea, by the pool.

Conclusions and Recommendations: Today, social media has become an important part of people's daily life activities. Along with many benefits, there are considerable damages, especially addiction, privacy and confidentiality with unconscious use. It was determined that parents are sensitive about sharenting despite sharing their children on social media. Parents who are obliged to protect their children from all kinds of physical, social and psychological damages can cause serious forward damages on social media even if they are not intentional. The main task that can be done with regard to sharenting is to raise the awareness of parents. It is important to increase parents' awareness that sharing child's photo-videos on social media is a violation of privacy and may be uncomfortable with the shared photo-videos in the future.