

4 – 6 Yaş Çocuğu Olan Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemlerinin İncelenmesi

Ece Sıla Zileli

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsüne Okul Öncesi
Eğitim Yüksek Lisans Tezi olarak sunulmuştur.

Doğu Akdeniz Üniversitesi
Ocak 2025
Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü onayı

Prof. Dr. Ali Hakan Ulusoy
L.E.Ö.A. Enstitüsü Müdürü

Bu tezin Okul Öncesi Eğitim Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarım.

Yrd. Doç. Dr. Hatice Nilay Hasipoğlu
Temel Eğitim Bölüm Başkan Vekili

Bu tezi okuyup değerlendirdiğimizi, tezin nitelik bakımından Okul Öncesi Eğitim Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarız.

Doç. Dr. Nihan Koran
Tez Danışmanı

Değerlendirme Komitesi

1. Prof. Dr. Sıtkiye Kuter

2. Doç. Dr. Nihan Koran

3. Doç. Dr. Eda Yazgın

ÖZ

Bu araştırma; Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde yaşayan ve 4 – 6 yaş çocuğa sahip olan annelerin paylaşılan ebeveynlik eylemlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın alt amaçları; annelerin paylaşılan ebeveynlik eylemlerinin neler olduğunun ve paylaşılan ebeveynlik eylemini gerçekleştirme düzeylerinin hangi seviyede olduğunun belirlenmesi ve annelerin paylaşılan ebeveynlik eylemlerini sergileyerek giderdikleri ihtiyaçların belirlenmesidir. Araştırmada karma araştırma desenlerinden Creswell (2017), Sıralı – Açıklayıcı desen kullanılmıştır. Sıralı – Açıklayıcı desen, nicel veriler ile elde edilen bulguların nitel yöntem ve veriler ile daha derinlemesine incelenmesine olanak vermektedir (Clark, 2019). Araştırmanın örnekleme; kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Kartopu örnekleme yöntemi, çalışma konusu ile ilgili olduğu düşünülen bir kişinin referans olarak seçilmesi ve bu kişi aracılığı ile diğer kişilere ulaşılması şeklinde tanımlanmaktadır (Creswell, 2017). Araştırma örneklemine okullardaki öğretmenler aracılığıyla araştırma ile ilgili referans alınabilecek bir anneye ulaşarak o annenin referans olduğu diğer annelerle görüşülerek ulaşılmıştır. Araştırmanın örnekleme; Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde yaşayan ve 4 – 6 yaş çocuğu olan 302 anneden oluşmaktadır. Araştırmanın nitel boyutunun çalışma grubu ise 31 anneden oluşmaktadır. Katılımcıların demografik bilgileri “Demografik Bilgi Formu” ile toplanmıştır. Araştırmanın nicel verileri Ezgi Alemdar tarafından 2022 yılında geliştirilen “Sharenting Ölçeği” ve Tuğba Kopuz tarafından 2021 yılında geliştirilen “Paylaşılan Ebeveynlik Ölçeği” ile toplanmıştır. Nitel veriler, araştırmacı ve danışmanı tarafından oluşturulan “Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu” ile toplanmıştır. Araştırma bulguları, ilgili literatür bağlamında tartışılarak sonuca bağlanmıştır.

Araştırma sonucunda; Araştırmaya katılan annelerin, sosyal medya üzerinde yüksek düzeyde paylaşım yapma eğiliminde oldukları ve bu davranışların şekillenmesinde hem olumlu hem de olumsuz geri bildirimlerin etkili olduğu belirlenmiştir. Annelerin duyuşsal ihtiyaçlarının en yüksek ortalamaoya sahip olduğu görölmektedir. Bu sonuç, annelerin sosyal medya paylaşımlarında duygusal ihtiyaçlarının baskın olduğu anlamına gelmektedir. Ölçeğe göre araştırmaya katılan annelerin sharenting davranışlarını genellikle düşük ve orta düzeyde olduğunu belirttikleri görölmektedir. Araştırmada daha genç yaştaki annelerin sosyal medya paylaşımlarına daha eğilimli olduğu saptanmıştır. Araştırma annelere yönelik teknoloji ve sosyal medya kullanımında bilinç oluşturmaya amaçlayan kapsamlı öneriler ile sonlandırılmıştır. Bu kapsamda, çocukların haklarının ve mahremiyetinin korunması için annelere rehberlik eden sosyal destek programlarının geliştirilmesi, sosyal medya alışkanlıklarını dengelemek amacıyla dijital detoks uygulamaları, doğa temelli aktiviteler ve sosyal medya üzerinden teşvik edici uygulamalar gibi farkındalık artırıcı faaliyetlerin düzenlenmesi, sosyal medya algoritmalarında düzenlemeler yapılması ve annelerin güvenli, olumlu içerik paylaşımı yapabileceği çevrimiçi güvenli alanların oluşturulması, paylaşan ebeveynlik eylemlerine yönelik medya ve reklam kampanyaları aracılığıyla güvenli teknoloji kullanımına dair farkındalık yaratılması, sivil toplum örgütleri ve devlet iş birliğiyle ebeveyn eğitimleri ve seminerler düzenlenmesi gibi öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Aşırı Paylaşım, Paylaşan Ebeveynlik, Paylaşan Ebeveynlik Düzeyi, Paylaşan Ebeveynlik Eylemleri.

ABSTRACT

Aim of this research is to analyze the parental actions of mothers with children between the ages of 4 and 6 who share their children's images online and reside in the Turkish Republic of Northern Cyprus (hereafter referred to as KKTC). Moreover, the supporting goals are to determine what shared parenting actions mothers engage in, the level at which they perform these shared parenting actions, and the needs they fulfill by carrying out these behaviors. During the data collection process, Creswell's (2017) sequential-explanatory mixed-method approach was used. This model enables the research to analyze the issue in depth by integrating qualitative and quantitative methods (Clark, 2019). The snowball sampling method was applied, in which an individual relevant to the study topic is selected as a reference, and additional participants are reached through that person (Creswell, 2017). The sample consists of 302 mothers residing in KKTC who have a child aged between 4 and 6 years. Additionally, the qualitative study group includes 31 mothers. Demographic information of participants was collected using the "Demographic Information Form." Quantitative data were gathered through the "Sharenting Scale" (Alemdar, 2022) and the "Sharing Parental Scale" (Kopuz, 2021). Qualitative data were collected using a "Semi-Structured Interview Form" developed by the researcher and the advisor. The research findings were discussed in the context of the relevant literature and interpreted accordingly. The results clearly show that the mothers observed and surveyed had a high tendency to overshare their children on social media. Additionally, both positive and negative feedback from their social circles influenced this behavior. The study revealed that mothers' emotional needs had the highest average, suggesting that their emotional state significantly impacts their social media posts. According to the

research scale, most participants rated their sharenting level as medium or low. It was also found that younger mothers exhibited a gradually increasing tendency to share content online. The study concludes with comprehensive recommendations aimed at raising awareness among mothers regarding technology and social media use. These recommendations include developing social support programs to help mothers protect their children's rights and privacy, organizing awareness-raising activities such as digital detox programs to balance social media habits or nature-based activities, implementing rules and regulations in social media algorithms to create safer spaces for mothers to share secure and positive content, increasing awareness about safe technology use through media and advertising campaigns targeting parents who engage in sharenting, and organizing parental education programs and seminars through collaborations between non-governmental organizations and the government.

Keywords: Social Media, Oversharing, Sharenting, Sharenting Level, Sharenting Behavior.

İTHAF

Sevgili Çocuklar,

Bu tezi yazarken bütün süreçte, karşılaştığım her zorlukta sizlerin meraklı gözlerinizi, sıcak gülümsemelerinizi, heyecanla yeni şeyler denediğiniz anları düşünerek yolumu aydınlattım. Süreç boyunca bana öğrettiklerinize sarıldım. Her biriniz benim ben olmam için, öğretmen olmam için, uzman olmam için, ilerlemem ve devam etmem için benim ilham kaynaklarım oldunuz.

Sizlerin büyüme sürecinizde birey olarak var olmanız, gelişiminiz, eğitiminiz için önce kendimi eğitmek, sonra ise sizlere ve hayatınıza dokunabilecek herkese rehberlik etmek benim en büyük amacımdır.

Sizler, bizim geleceğimizesiniz. Bugün geleceğiniz için yetişmenizde rol oynayan en önemli faktörlerden birine yaptığım bu yatırım, benim için büyük bir onur ve gurur kaynağıdır.

Sizlere daha iyi bir dünya bırakabilmek adına, üretmeye ve ilerlemeye sizlerle birlikte devam edeceğim.

Bu tezi, sizlere ithaf ediyor ve sizleri sevgiyle kucaklıyorum.

Ece Sıla ZİLELİ

TEŞEKKÜR

Bir kızı olacağını öğrendiği gün mutluluktan evinin yolunu kaybeden, ömrünü kızının ve ailesinin kalbini kazanmaya adayan, vatani ve milleti sağ olsun bayrağımızın altında hür olsun diye emek vererek geçiren, kararlı, cesur, ileri görüşlü ve korkusuz gurur kaynağım, komutanım, canım babam *Murat ZİLELİ*'ye,

Hayatta olduğu kişiye, duruşuna, asaletine, merhametine içten içe daima hayranlık duyduğum, varlığıyla hayat bulduğum, tanıdığım en güçlü kadına, kalbime, canım annem *Ferhan ZİLELİ*'ye,

Hayatım boyunca beni en iyi anlayan kişi olduğunu düşündüğüm, gözümden sakındığım en kıymetli varlığım, canım ağabeyim *Yiğit ZİLELİ*'ye,

Benim ve benim gibi sayısız kız çocuğunun eğitimine katkı sağlamak için yüreğini ortaya koyan, var gücüyle çalışan, bizleri kalpten seven, koruyan ve kucaklayan, kız çocuklarının okuması ve eğitilmesi için maddi manevi büyük katkılar sağlayan arka plandaki görünmez kahramanlarımız saygıdeğer büyüklerim *Şahin & Sevim ZİLELİ*'ye

Benim seçtiğim ailem, özüm, çocukluğum, ruh ikizim, vazgeçilmezim, her koşulda hayattaki en büyük destekçim *Hatice Şeyma TELKIRAT'a*

beni koşulsuz sevdikleri, bana ve hayallerime daima inandıkları, kendimden vazgeçtiğim anlarda bile benden vazgeçemedikleri için minnettarım.

Lisans ve Lisansüstü eğitim süreçlerimde;

Güler yüzü, öğrenci dostu yaklaşımıyla kalbimi kazanan, öğrencisi olduğum kadar birey olduğum için de bana değer veren, araştırmam için gösterdiği özveriyi, harcadığı zamanı ve emeği ihtiyaç duyduğumda daima benim için de sarf eden, akademik başarıma kadar mutlu ve sağlıklı bir insan olmamı da önemseyen, rehberlik eden ve süreç boyunca benimle yürüyen, desteğini üzerimden eksik etmeyen biricik öğretmenime, tez danışmanım *Doç. Dr. Nihan KORAN'a*,

Bilgeligi, araştırmacı ruhu, yaratıcılığı ile bana rol model olan, her zaman daha ileriye gitmem için beni yüreklendiren, beni gördüğü andan beri bana inanan ve başlamam için elimden tutan ilham kaynağım *Doç. Dr. Eda YAZGIN'a*,

Aile eğitiminin önemini konusundaki farkındalığımı artıran, çocuklar için gerçekleştirdiklerime ilk gözden şahit olan ve araştırmamı en başından beri ilgiyle takip eden öğretmenim *Prof. Dr. Ayşe Işık GÜRŞİMEK'e*

kucak dolusu sevgilerimi ve sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Lisansüstü eğitim sürecinde tanıdığım bütün arkadaşlarıma, ömür boyu sürmesini dilediğim bir bağ geliştirdiğim kıymetli meslektaşlarım *Songül TARI* ve *Esra KANTAR MUSLU'ya* yanımda oldukları için, birlikte başardıklarımız için, unutulmayacak hatıralarımız için sonsuz teşekkürlerimi sunar, sonraki süreçlerinde başarılar dilerim.

Lisansüstü sürecimin en eğlenceli anlarını paylaştığım, tüm zorluklara ve strese göğüs germemi sağlayan, desteklerini kalpten hissettiğim, Kıbrıs'taki yuvam olan ve beni sevgiyle kucaklayan *YAMACI ailesine*, *sevgili LADY'e* ve yüzümü güldüren, sevgisiyle kalbime dokunan, beni büyüten ve benimle büyüyen çok kıymetli evlatları, biricik yol arkadaşlarım, göz bebeklerim *Rüzgâr & Doğu YAMACI'ya* teşekkürü borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	v
İTHAF.....	vii
TEŞEKKÜR.....	viii
KISALTMALAR	xiii
TABLO LİSTESİ.....	xiv
1 GİRİŞ.....	1
1.1 Problem Durumu	5
1.2 Araştırmanın Önemi ve Amacı.....	9
1.3 Araştırmanın Problem Cümlesi ve Alt Problemler.....	11
1.4 Araştırma Sayıltıları / Varsayımlar.....	12
1.5 Araştırmanın Sınırlılıkları.....	12
2 KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	14
2.1 Sosyal Medya Ebeveynliği ve Tanımı.....	14
2.2 Ebeveynlerin Sosyal Medya Paylaşımlarının İçeriği ve Yaygınlığı.....	15
2.3 Ebeveynler ve Dijital Dünyada Değişen Ebeveynlik Rollerini	18
2.3.1 Dijital Ebeveynlik ve Tanımı	19
2.3.2 Dijital Ebeveynlik ve Ebeveynlik Rollerini	20
2.3.2.1 Dijital Okuryazarlık.....	20
2.3.2.2 Farkında Olma.....	21
2.3.2.3 Kontrol	21
2.3.2.4 Etik	23
2.3.2.5 Yenilikçilik.....	23

2.4 Paylaşan Ebeveynlik Tanımı ve Tarihçesi.....	24
2.4.1 Paylaşan Ebeveynlik ve İlgili Kuramlar.....	25
2.4.1.1 Elihu Kahtz Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı	26
2.4.1.2. Maja Sonne Damkjaer Dört Ebeveynlik Yaklaşımı	27
2.4.2 Paylaşan Ebeveynlik Boyutları	29
2.4.3 Paylaşan Ebeveynlik Nedenleri.....	32
2.4.4 Paylaşan Ebeveynlik Sonuçları	35
2.4.4.1 Paylaşan Ebeveynlik Olumlu Sonuçları	35
2.4.4.2 Paylaşan Ebeveynlik Olumsuz Sonuçları.....	36
2.5 Alan Yazın ve İlgili Araştırmalar	37
2.5.1 Dünya’da Yapılan Araştırmalar	37
2.5.2 Türkiye’de Yapılan Araştırmalar	41
2.5.3 Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Yapılan Araştırmalar.....	44
3 YÖNTEM.....	45
3.1 Araştırmanın Modeli.....	45
3.2 Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Çalışma Grubu	46
3.3 Veri Toplama Araçları.....	47
3.3.1 Demografik Bilgi Formu	47
3.3.2 Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği.....	47
3.3.3 Sharenting Ölçeği	48
3.3.4 Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu	49
3.3.4.1 Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları	49
3.4 Veri Toplama Süreci.....	51
3.5 Veri Analizi	53
3.6 Geçerlilik ve Güvenilirlik	55

3.6.1 Normallik Analizi.....	55
3.6.2 Güvenilirlik Analizi.....	56
3.7 Araştırmanın Etik Prosedürü	57
4 BULGULAR.....	59
5 TARTIŞMA VE SONUÇ.....	100
6 ÖNERİLER.....	137
KAYNAKLAR.....	141
EKLER.....	169
Ek 1: Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği Kullanım İzni.....	170
Ek 2: Sharenting Ölçeği Kullanım İzni.....	171
Ek 3: Milli Eğitim Bakanlığı Araştırma İzni.....	172
Ek 4: Doğu Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurul İzni.	173
Ek 5: Bilgilendirilmiş Onam Formu (Ölçekler İçin).....	174
Ek 6: Çevrimiçi Ölçek Formu.....	175
Ek 7: Bilgilendirilmiş Onam Formu (Görüşme İçin).....	187

KISALTMALAR

ARK	Arkadaşları
VB	ve Benzeri

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Ölçeklerin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri.....	55
Tablo 2: Güvenilirlik Analizi Bulguları.....	57
Tablo 3: Annelerin Kişisel Özelliklerine Göre Dağılımları.....	59
Tablo 4: Değişkenlere Yönelik Betimsel Analiz Sonuçları.....	60
Tablo 5: Annelerin Teknoloji Kullanım Sıklıkları ve En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarının Dağılımları.....	62
Tablo 6: Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemlerini Sergilemek İçin Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarına Ait Bulgular.....	63
Tablo 7: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları İle İlgili Tutum ve Davranışlarına Ait Bulgular.....	64
Tablo 8: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları İle İlgili Yapmış Oldukları Paylaşımların Sıklığına ve İzin Alma Durumlarına Ait Bulgular.....	67
Tablo 9: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları İle İlgili Tutum ve Davranışlarına Ait Bulgular.....	69
Tablo 10: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları İle İlgili Paylaşımlarında Nelere Dikkat Ettiğine İlişkin Bulgular.....	71
Tablo 11: Annelerin Sosyal Medya Platformlarını Kullanırken Aldıkları Güvenlik Önlemlerine İlişkin Bulgular.....	73
Tablo 12: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Paylaşan Ebeveynlik Davranışları Sergilemelerine Yönelik Sosyal Medya Çevrelerinden Aldıkları Yorumlara İlişkin Bulgular.....	75
Tablo 13: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Paylaşan Ebeveynlik Davranışları Sergilemelerine Karşı Çocuklarının Vermiş Olduğu Tepkilere İlişkin Bulgular.....	77

Tablo 14: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Paylaşan Ebeveynlik Davranışları Sergilemelerinin Yetişkinlik Döneminde Çocuklarını Nasıl Etkileyeceğini Düşündüklerine İlişkin Bulgular	80
Tablo 15: Annelerin Sharenting Düzeyleri ve Düzey Dağılımları.....	82
Tablo 16: Annelerin Eğitim Durumuna Göre Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin İncelenmesine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları	82
Tablo 17: Annelerin Yaş Durumuna Göre Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin İncelenmesine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları	85
Tablo 18: Annelerin Çalışma Durumuna Göre Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin İncelenmesine İlişkin T-Testi Sonuçları.....	88
Tablo 19: Annelerin Çocuk Sayısına Göre Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin İncelenmesine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları	89
Tablo 20: Annelerin Teknoloji Kullanım Sıklığına Göre Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin İncelenmesine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları.....	91
Tablo 21: Annelerin Sharenting Düzeyi ile Paylaşan Ebeveynlik Arasındaki İlişki (Pearson Korelasyon Analizi) (N=302)	97

Bölüm 1

GİRİŞ

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte yaşanan teknolojik gelişmeler günlük yaşantımızda köklü yenilikleri beraberinde getirmiştir. Özellikle mobil teknolojik cihazların, örneğin akıllı telefonların ve tabletlerin günlük yaşantımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle birlikte iletişim, bilgiye erişim ve paylaşım pratiklerimiz değişime uğramıştır. Mobil teknolojik cihazlar, internetin sınırsız erişilebilirliği ile bir araya gelerek sosyal medya platformlarını günlük rutinlerimize dâhil etmiş ve bu sayede dünya genelindeki gelişmeleri anlık olarak izleyebilmemizi sağlamıştır. Her an her yerde paylaşım yapmanın esas olduğu sosyal medyada her birey kendi içeriğinin yaratıcısı olarak görülmüştür. Bireyler sosyal medya platformlarını iletişim, haberleşme, alışveriş, eğlence gibi yaşam deneyimlerini paylaşmak için aktif olarak kullanmaya başlamışlardır. İnternetin evrimiyle birlikte sosyal medya, hızla yayılan ve dünyada milyonlarca kullanıcısı olan bir araç haline gelmiştir.

Günümüzde ebeveynlerin de sosyal medyanın aktif kullanıcıları arasında yer aldıkları bilinmektedir (Çoban & Doğan, 2022). Ebeveynlerin aktif sosyal medya kullanımları ebeveynlerin sosyal medya kullanım amaçları konusunu gündeme getirmektedir. Yapılan araştırmalar ebeveynlerin sosyal medya kullanım amaçlarının çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır (Omur & Uyar, 2022; Aslan & Durmuş, 2020; Çalapkulu & Alp, 2020; Dursun, 2019; Özaslan ve ark., 2018). Ebeveynlerin sosyal medya kullanım amaçları arasında beğenilme ve onaylanma ihtiyacını karşılama (Omur & Uyar, 2022), kendileri ve çocuklarına ait anıları paylaşma yoluyla

biriktirme, iyi ebeveynlik yaptığını kanıtlama (Aslan & Durmuş, 2020), aile ve sosyal çevre ile iletişim kurma (Özaslan ve ark., 2018), çocuk yetiştirme hakkında bilgi edinme, diğer ebeveynlerle bağlantı kurma, gündemi takip etme (Çalapkulu & Alp, 2020) gibi çeşitli amaçlar yer almaktadır.

Sosyal medya ebeveynlere çeşitli platformlar aracılığı ile (Facebook, Instagram vb.) kendilerine ve / veya başkalarına ait veri ya da içerik üretme ve paylaşma imkânı sunmaktadır (Çetin & Ayhan, 2020). Yapılan araştırmalar ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarında yaygın olarak çocuklarına ait içerikler paylaştıklarını vurgulamaktadır (Kopecky, Szotkowski, Aznar Diaz, Romero Rodriguez, 2020; Davidson Wall, 2018; Brosch, 2016; Morris, 2014; Bartholomew ve ark., 2012). İngiltere'de yapılan bir araştırma, ebeveynlerin sosyal medya platformlarında çocuklarının beşinci yaş gününe kadar çocuklarına ait ortalama 1.498 içerik paylaştıklarını ortaya koymaktadır (BBC, 2018). Türkiye’de Baştemur, Borucu ve Bulut (2021), tarafından yapılan bir araştırma ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarının %83’ünde çocuklarına yer verdiklerini ortaya koymaktadır.

Ebeveynlerin yaptıkları paylaşımlarda kontrolsüz davranışları ve aşırıya kaçmaları sonucunda kendilerine ve çocuklarına dair her şeyi veri olarak yayınlamaları hukuki, gelişimsel ve psikolojik sorunları ortaya çıkarmaktadır (Erişir & Erişir, 2018). Bu sorunlar bizi (sharing) paylaşmak ve (parenting) ebeveynlik kelime köklerinin birleşmesi yolu ile türetilen “sharenting” kavramı ile karşı karşıya getirmektedir (Maraşlı ve ark., 2016).

Sharenting, ilk olarak Steven Leckart tarafından 2012 yılında “oversharenting” olarak kullanılmıştır (Maraşlı ve ark., 2016). İlk tanım, 2015 yılında Collins Dictionary tarafından ebeveynlerin detaylı ve düzenli olarak sosyal medya ağlarında çocukları ile ilgili paylaşım yapma pratiği şeklinde yapılmıştır

(Brosch, 2016; Kopuz ve ark., 2022). Maltz Bovy, tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada kavram, “ Ebeveynlerin sosyal medyada çocukların mahremiyetin ihlaline sebebiyet verecek, çocuklarının kişisel bilgilerini ifşa edecek, çocukları kitlesel bir izleyici grubunun hedefi haline getirecek fotoğraf, video, içerikleri aşırı miktarda ve bilinçsiz paylaşma” olarak tanımlanmaktadır (Maltz Bovy, 2013).

Literatürde kavram ile ilgili pek çok tanımın yer aldığı görülmektedir. Bu tanımlar genel olarak incelendiğinde tanımlarda vurgulanan ortak noktalar olduğu göze çarpmaktadır. Tanımlarda vurgulanan ortak noktaları ebeveynlerin çocuklarının özel hayatları ve kişisel bilgilerine ilişkin kontrolsüz ve aşırı paylaşımlar yapması (Ayhan & Öztürk, 2021), ebeveynlerin paylaşımlarının çocuklarının mahremiyetleri, gizlilikleri ve güvenlikleri açısından risk oluşturması (Yüksel, 2021), yapılan paylaşımların kötü niyetli biri tarafından erişildiğinde çocukları hedef haline getirebilecek bilgileri içermesi (Serin, 2019), paylaşımların çocuğun rızası alınmadan yapılması (Erişir & Erişir, 2018) olarak sıralamak mümkündür.

Literatür incelendiğinde kavramla ilgili çalışmaların 2012 yılında başladığı, kavramla ilgili ilk akademik çalışmanın 2015 yılında Alicia Blum- Ross tarafından gerçekleştirildiği ve Türkiye’de kavramla ilgili yapılan ilk çalışmanın 2016 yılında Maraşlı, Sühendan, Yılmaztürk ve Çok tarafından gerçekleştirildiği bilgilerine ulaşılmaktadır (Kopuz ve ark., 2022). Kıbrıs’ın kuzeyinde kavramla ilgili gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde ise, 2022 yılında Yaren Müezzın tarafından yapılan bir yüksek lisans tezi olduğu görülmektedir (Müezzın, 2022).

Literatürde yer alan araştırmalar hem babaların hem de annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleri sergilediklerini ortaya koymaktadır (Balaban, 2022; Akpınar ve ark., 2020; Davis, 2015; Bartholomew ve ark., 2012). Araştırmaların, annelerin babalardan daha çok paylaşan ebeveynlik eylemini sergilediği üzerinde yoğunlaştığı

görülmektedir (Livingstone & Blum Ross, 2017; Ammari ve ark., 2015). Balaban (2022), tarafından gerçekleştirilen araştırmada ebeveynlerin %80'inin en az bir kere çocuklarının fotoğraflarını sosyal medya hesaplarında paylaştıkları ortaya konmaktadır. Bartholomew, Schoppe Sullivan, Glassman & Kamp Dush (2012), tarafından gerçekleştirilen başka bir araştırma incelendiğinde annelerin %98, babaların ise %89 oranında çocuklarına ait içerik paylaştıkları sonucuna ulaşılmaktadır. Annelerin paylaştıkları ebeveynlik eylemlerini sergileme sıklığının babalarinkinden daha yüksek düzeyde olmasının annelerin çocuk sahibi olmaktan etkilenme oranlarının babalarinkinden daha yüksek olmasından kaynaklandığı ya da annelerin çocuklarıyla babalara oranla daha fazla zaman geçiriyor olması gibi çeşitli sebeplerden kaynaklanabileceği düşünülmektedir (Fox & Hoy, 2019).

İnternetin önemli bir bilgi kaynağı haline gelmesi ve akıllı telefonların internete erişimi kolaylaştırmasıyla birlikte geleneksel annelikten dijital anneliğe geçiş yaşandığı düşünülmektedir (Başoğlu, 2020). Sosyal medya annelere yeni annelik biçimleri, hamilelik, sağlık, ebeveynlik ile ilgili deneyimlerini paylaşabilecekleri, tartışabilecekleri, bilgi alabilecekleri ve destek sağlayabilecekleri gruplar, sosyal ağlar, çeşitli platformlar sunmaktadır. Bu bağlamda bilginin her an ve her yerde ulaşılabilir olduğu internette anneler aktif olarak yer almakta ve kendilerine, ebeveynliklerine, çocuklarına ilişkin paylaşımlar yapmaktadır (Lupton, 2016). Bu durum; annelerin paylaştıkları ebeveynlik eylemlerini etkilemektedir. Annelerin paylaşımlarının olumlu sonuçları olduğu kadar olumsuz sonuçları da bulunmaktadır. Annelerin paylaşımlarından kaynaklanabilecek riskler çocukların kimliğini, gelişimini, mahremiyetini etkileyebilir (Kopecky ve ark., 2020). İlgili literatürde yer alan araştırmalar annelerin paylaştıkları ebeveynlik eylemlerinin olumsuz sonuçlarından kaynaklanan sorunlar üzerinde durmakta ve sorunların çözümüne yönelik öneriler,

özüm yolları sunmaktadır (Kopecky ve ark., 2020; Haley, 2020; Keith & Steinberg, 2017). Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin olumsuz sonuçlarının tespit edilmesi, sorunların özölmesi ve ortadan kaldırılması için annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin araştırılması önemli görölmektedir.

1.1 Problem Durumu

Yaşanan teknolojik gelişmeler sonucunda internet kullanımındaki hızlı yükselişle birlikte mobil teknolojik cihazlar günlük yaşantımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Yaygın olarak kullanılan mobil teknolojik cihazlardan biri olan akıllı cep telefonları, günlük yaşantımıza hızlıca dâhil olmuştur. Akıllı cep telefonları internete bağlanabilme özelliğiyle dünyanın her yerinde kullanılabilmekte ve sosyal ağların, odağı kullanıcı olan etkileşimli platformların ortaya çıkmasında büyük rol oynamaktadır (Semiz, 2018).

Sosyal bir varlık olan insan teknolojinin gelişmesiyle anılarını sosyal ağ kitlesine yansıtmakta ve iyi ya da kötü her anını paylaşma gereksinimine ihtiyaç duymaktadır. Sosyal medya ile ilgili tanımlar incelendiğinde “paylaşmak” kelimesinin sıklıkla öne çıktığı görölmektedir (Yazıcı & Özel, 2015). Kullanıcılar, sosyal medyayı aktif olarak kullanabilecekleri rahat bir ortam olarak görmekte ve burada kendilerine her türlü bilgiyi, yaşantılarındaki her türlü ayrıntıyı paylaşabilecekleri bir alan yaratmaktadır (Reece & Danforth, 2017).

Günümüzde kullanıcıların sosyal medyayı iletişim ihtiyaçları doğrultusunda daha fazla kullanır hale geldiği görölmektedir. Bu bağlamda kullanıcılar sosyal medyada kendilerine özel oluşturdukları profil hesapları aracılığıyla çeşitli olayları, durumları ya da kendi kişisel bilgilerini içeren durum güncellemeleri ve fotoğraflar paylaşmak, tanıdıkları veya tanımadıkları kişilerin profil sayfalarına yorum yazmak gibi çeşitli yollarla aktif olarak yer almaktadır (Baritci & Fidan, 2018).

Yaşanan gelişmeler doğrultusunda günlük yaşantımıza dâhil olan internet ve beraberinde getirdiği akıllı telefonlar; yeni annelik biçimlerinin ortaya çıkmasına kaynaklık edebilecek çok sayıda hamilelik, sağlık, ebeveynlik siteleri ve uygulamaları, annelik blogları, çevrim içi gruplar ve sosyal ağların oluşmasında da büyük rol oynamaktadır. Bunun bir sonucu olarak geleneksel annelik eğilimi günden güne yerini dijital annelik eğilimine bırakmakta ve bilginin her an ve her yerde ulaşılabilir olduğu internet çağında anneler; merak ettikleri, ilk kez deneyimledikleri alanlarda yaşadıkları sorunları danışıp tartışabilecekleri mecralarda hızla yer almaya başlamaktadır. Anneler interneti yalnızca bilgi kaynağı olarak görmemekte, internetten sosyal ağlar ve çevrim içi gruplar aracılığıyla yalnızlık, çaresizlik ve dertlerini paylaştıkları, karşılaştıkları sorunlara çözüm aradıkları, diğer annelere yardım ettikleri, kendi deneyimlerini paylaştıkları ya da diğer annelerin deneyimlerinden yararlandıkları bir kaynak olarak da yararlanmaktadır (Lupton ve ark., 2016). Gerçekleştirilen bir araştırma annelerin bu kaynaklardan sosyal destek, aile ve yakın çevreyle iletişim, bilgi paylaşımı, kendileri için önemli olan şeyleri paylaşmak amacıyla yararlandıklarını ortaya koymaktadır (Duggan ve ark., 2015). Annelerin çeşitli amaçlar doğrultusunda sosyal medya kullanma ihtiyaçları annelikle ilgili popüler sayfalara olan ilgiyi de arttırmaktadır (Yaylagül, 2017).

Literatürde “sosyal medya anneleri”, “blogger anneler”, “popüler anneler” isimleriyle ifade edilen, uluslararası literatüre bakıldığında “mom bloggers” veya “mom blogs” şeklinde yer alan ve anne kavramını vurgulayan sosyal medya anneliği, bir başka ifadeyle “influencer” (sosyal medya fenomenleri) kavramının yer aldığı görülmektedir (Öz & Turancı, 2016). Sosyal medya anneleri ya da influencerlar (sosyal medya fenomenleri), insanların davranış biçimlerini etkileyecek ve yönlendirebilecek kişiler şeklinde tanımlanmaktadır. Bu kişiler, sosyal medyada

tanınmış ünlü kişiler ya da ününü sosyal medya sayesinde kazanmış kişiler olabilmektedir (Yaylagül, 2017). Sosyal medya annesi ya da influencer olmayan ancak çocuğu olan ve sosyal medyada bir profile sahip olan her anne; günümüzde annelik, çocuk yetiştirme ve eğitim gibi konulardaki içeriklerini takipçileri ile paylaşmakta ve bilgi alışverişi yapmaktadır. (Orthon Johnson, 2017).

Günümüzde annelerin sosyal medyayı bu denli etkin ve yoğun kullanmaya başlamaları, sosyal medyada çocuklarını ön plana almaları, yaptıkları paylaşımlarda aşırıya kaçmaları ve bilinçsizce her şeyi veri olarak yayınlamaları, bunu normalleştirerek yaşamlarının doğal parçası haline getirmeleri özel yaşantının gizliliği hakkı ve unutulma hakkı gibi hakların ihlal edilmesi, üçüncü kişilerin / yabancıların bilmeleri gerekenden çok daha fazlasına ulaşabilmeleri ve bireylerle ilgili erişilen bilgilerin kötü amaçla kullanıldığında birey için tehdit oluşturabilecek olması gibi çeşitli sorunları meydana getirmektedir (Esgin & Eken, 2020). Bütün bu sorunlar “sharenting (paylaşan ebeveynlik)” kavramını gündeme getirmektedir.

Sharenting, Türkçe literatüre bu kavramı meydana getiren her iki İngilizce kelime kökünün (sharing – paylaşmak ve parenting - ebeveynlik) Türkçe karşılığı ile türetilen paylaşan ebeveynlik olarak geçse de bu kavramın henüz herkes tarafından kabul gören Türkçe bir karşılığının bulunmadığı vurgulanmakta ve kavramın cinsiyet yönünden tarafsız olduğu göze çarpmaktadır (Kopuz ve ark., 2022). Sharenting, ebeveynlerin çocukların mahremiyetine zarar verecek ve çocukları hakkında pek çok ayrıntılı bilgi içeren içerikleri gönderiler yoluyla sosyal medyada paylaşımları olarak tanımlanmaktadır (Brosch, 2019).

Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik (sharenting) eylemlerinin çocuklar üzerinde oluşabilecek pek çok olumsuz etkisi bulunmaktadır. Bunlardan bazıları çocuklarla ilgili birçok hassas ve kişisel bilginin ifşa edilmesi (örneğin adres ya da kimlik bilgisi,

sağlığına ilişkin bilgiler vb.), çocukla ilgili aşağılama ve siber zorbalık için kullanılabilecek içeriklerin paylaşılabilmesi, paylaşımlar yoluyla çocuğun ekonomik gelir elde etmek için araç olarak kullanılması, çocuğun dijital kimliğinin çocuğun rızası olmadan inşa edilmesi (Kopecky ve ark., 2020), çocuğun uygunsuz fotoğraflarının paylaşılması (Haley, 2020) olarak örneklendirilmektedir. Paylaşan ebeveynlik (sharenting) eylemlerinin çocuklar üzerinde oluşturabileceği olumsuz etkiler göz önünde bulundurularak paylaşan ebeveynlik (sharenting) eylemi araştırmacılar tarafından problem olarak tanımlanmaktadır.

Literatürde yer alan araştırmalar hem babaların hem de annelerin paylaşan ebeveynlik eylemini gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır (Balaban, 2022; Akpınar ve ark., 2020; Bartholomew ve ark., 2012). Araştırmaların, annelerin babalardan daha çok paylaşan ebeveynlik eylemleri sergilediği üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Livingstone & Blum Ross 2017; Ammari ve ark., 2015; Duggan ve ark., 2015). Bunun sebebinin annelerin çocuk sahibi olmaktan etkilenme oranlarının babalarinkinden daha yüksek olmasından kaynaklandığı ya da annelerin çocuklarıyla babalara oranla daha fazla zaman geçiriyor olması gibi çeşitli sebeplerden kaynaklanabileceği düşünülmektedir (Fox & Hoy, 2019).

Paylaşan ebeveynlik eyleminin olumsuz sonuçları ile ilgili yapılan çalışmalar eyleme ilişkin herkese açık paylaşmayacakları hiçbir bilgiyi çevrim içi olarak da paylaşmama, gizlilik ve güvenlik ayarlarını uygulama, paylaşım yaparken çocuklarının kimlik bilgilerini vermeme, uygunsuz herhangi bir içerik paylaşmama gibi önlemler alınmasını önermekte ve bu önlemleri almanın gerekliliğini vurgulamaktadır (Otero, 2017). Paylaşan ebeveynlik eylemine ilişkin sorunların ortadan kaldırılabilmesi, güncel çözüm önerilerinin sunulabilmesi için annelerin

paylaşan ebeveynlik eylemlerini farklı perspektiflerden çok yönlü incelemenin önemli olduğu düşünülmektedir.

1.2 Araştırmanın Önemi ve Amacı

Paylaşan ebeveynlik (sharenting) kavramı yeni ve popüler bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Kopuz ve ark., 2022). Literatürde annelerin çocuk sahibi olmaktan etkilenme oranlarının babalarından daha yüksek olmasından ya da annelerin çocuklarıyla babalara oranla daha fazla zaman geçiriyor olmasından kaynaklı annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini sergilemelerine ilişkin oranların babalarından daha yüksek olduğunu ortaya koyan (Fox & Hoy, 2019), annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleri üzerinde duran (Livingstone & Blum Ross 2017; Ammari ve ark., 2015) çok sayıda araştırmanın yer aldığı görülmektedir.

Ek olarak; literatürde ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemleri ile ilgili, paylaşan ebeveynlik eylemlerini ortaya çıkaran sebepler ve eylemlerin sonuçları ile ilgili çok sayıda yerli ve yabancı kaynağın, çeşitli araştırmaların yer aldığı görülmektedir. Ancak kavrama ilişkin Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde yapılan çalışmalar incelendiğinde, Yaren Müezzın tarafından 2022 yılında yayınlanmış yalnızca bir adet yüksek lisans tezine rastlanmaktadır. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde paylaşan ebeveynlik (sharenting) kavramı ile ilgili yayımlanmış tek bir araştırmanın bulunması alanda kavramla ilgili bir boşluğun olduğunu göstermektedir. Yapılacak olan bu araştırma, alandaki boşluğa dikkat çekmesi, farklı örneklemle yapılması, sonuçların genellenebilirliğinin tartışılması, farklı bir zamanda ve mekânda gerçekleştirildiği için kavramla ilgili farklı bir perspektif sunması bakımından önemli bulunmaktadır. Ek olarak, kavramla ilgili tek bir araştırma metodolojik hatalar veya tesadüfi bulgular içerebileceğinden yapılacak olan bu

araştırma ve çeşitli araştırmaların, kavrama ilişkin daha güvenilir ve kapsamlı sonuçlar sağlamada önemli olacağı düşünülmektedir.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ndeki ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eylemlerini araştırmak, anlamak, açıklamak ve eylemi bilimsel olarak değerlendirmek için ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eylemlerinin neler olduğu, paylaşılan ebeveynlik eylemlerini gerçekleştirme düzeylerinin hangi seviyede olduğu, paylaşılan ebeveynlik eylemleri ile giderdikleri ihtiyaçların neler olduğu gibi çeşitli soruların yanıtlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Literatürde yer alan araştırmaların annelerin babalardan daha çok paylaşılan ebeveynlik eylemlerini sergiledikleri üzerinde yoğunlaştığı (Holloway ve ark., 2013; Clark ve ark., 2015) göz önünde bulundurularak bu araştırmada paylaşılan ebeveynlik eylemlerini araştırmak, anlamak, açıklamak ve eylemi bilimsel olarak değerlendirmek için yanıtlanmasına ihtiyaç duyulan soruların Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ndeki annelerin paylaşılan ebeveynlik eylemleri bağlamında incelenmesine karar verilmiştir.

Bu bağlamda araştırma; Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde annelerin paylaşılan ebeveynlik eylemleri ile ilgili özel olarak yapılacak ilk araştırma olması, gerçekleştirilecek yeni çalışmalara kaynaklık etmesi ve araştırmacılara yol göstermesi bakımından önemli görülmektedir.

Günümüzde annelerin paylaşılan ebeveynlik eylemlerinin olumsuz sonuçları arasında özel yaşantının gizliliği hakkı ve unutulma hakkı gibi hakların ihlal edilmesi, üçüncü kişilerin / yabancıların bilmeleri gerekenden çok daha fazlasına ulaşabilmeleri ve bireylerle ilgili erişilen bilgilerin kötü amaçla kullanıldığında birey için tehdit oluşturabilecek olması gibi çeşitli sorunlar sayılmaktadır (Esgin & Eken, 2020). Paylaşılan ebeveynlik eyleminin olumsuz sonuçları ile ilgili yapılan çalışmalar eyleme ilişkin herkese açık paylaşılamayacak hiçbir bilgiyi çevrim içi olarak da paylaşmama,

gizlilik ve güvenlik ayarlarını uygulama, paylaşım yaparken çocuklarının kimlik bilgilerini vermeme, uygunsuz herhangi bir içerik paylaşmama gibi önlemler alınmasının gerekliliğini vurgulamaktadır (Otero, 2017). Paylaşan ebeveynlik eylemine ilişkin sorunların ortadan kaldırılabilmesi ve güncel çözüm önerilerinin sunulabilmesi için annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini farklı perspektiflerden çok yönlü incelemenin önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın önemi doğrultusunda araştırmanın genel amacı; Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde yaşayan ve 4 – 6 yaş çocuğu olan annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin incelenmesi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın genel amacı doğrultusunda annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin neler olduğunun ve annelerin eylemi gerçekleştirme düzeylerinin hangi seviyede olduğunun belirlenmesi, annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini gerçekleştirerek giderdikleri ihtiyaçların ortaya konulması amaçlanmaktadır.

1.3 Araştırmanın Problem Cümlesi ve Alt Problemler

Bu araştırmada; Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde yaşayan ve 4 – 6 yaş çocuğu olan annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin neler olduğu, hangi düzeyde olduğu ve annelerin paylaşan ebeveynlik eylemini hangi ihtiyaçlarını gidermek için sergiledikleri sorularının yanıtları aranmaktadır.

Araştırma kapsamında, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde yaşayan ve 4 – 6 yaş çocuğu olan annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini incelemek amaçlanmaktadır.

Amaç doğrultusunda araştırmada aşağıda yer alan 3 alt amaca yanıt aranmaktadır:

1. Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleri ve eylemleri sergileyerek giderdikleri ihtiyaçlar nelerdir?

- Anneler hangi sıklıkla teknoloji kullanmakta, en çok hangi sosyal medya platformlarını kullanmakta, hangi sosyal medya platformlarında, ne tür

içerikleri, ne sıklıkla, hangi influencerları takip ederek, nelere dikkat ederek ve nasıl güvenlik önlemleri alarak paylaşmaktadır?

- Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerine yönelik sosyal medya çevrelerinden aldıkları yorumlar, çocukların bu paylaşımlara tepkileri, annelerin bu paylaşımların yetişkinlik döneminde çocukları üzerindeki etkilerine yönelik düşünceleri nelerdir?

2. Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleri hangi düzeydedir?

- Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini sergileme düzeyleri ve giderdikleri ihtiyaçlar annelerin eğitim durumu, yaşı, çalışma durumu, çocuk sayısı ve teknoloji kullanım sıklığı ile ilişkili midir?

3. Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleri sergileyerek giderdikleri ihtiyaçlar annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini sergileme düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?

1.4 Araştırma Sayıltıları / Varsayımlar

Araştırmanın sayıltıları / varsayımları aşağıda maddeler halinde belirtilmiştir.

- Araştırmaya katılan annelerin araştırmaya anonim olarak katılmaları sebebiyle kendilerine uygulanan ölçekleri / yöneltilen soruları içtenlikle, istekli ve objektif olarak doldurdıkları / yanıtladıkları varsayılmıştır.

1.5 Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın sınırlılıkları aşağıda maddeler halinde belirtilmiştir.

- Araştırma 4 – 6 yaş çocuğu olan annelerin katılımıyla sınırlandırılmıştır.
- Araştırma Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin Gazimağusa ve Girne ilçelerinde yaşayan annelerin katılımıyla sınırlandırılmıştır.

- Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ndeki çok kültürlülük göz önünde bulundurulduğunda katılımcılar yalnızca Türkçe okuyabilen, yazabilen, anlayabilen annelerle sınırlandırılmıştır.

Bölüm 2

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1 Sosyal Medya Ebeveynliği ve Tanımı

Sosyal medya, kullanıcıların internet aracılığıyla birbirleriyle etkileşim kurmalarını sağlayan ve içeriğin kullanıcılar tarafından üretildiği, aktivitelere dayalı sosyal ağ siteleri olarak tanımlanmaktadır (Güzel, 2020). Günümüzde ebeveynler sosyal medyayı destek almak, birbirleriyle bağlantı kurmak (Steinberg, 2016), ebeveynlik süreçleriyle ilgili tartışmak, sorunlara çözüm bulmak, tavsiyelerde bulunmak (Livingstone & Blum Ross, 2017) gibi çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanmaktadır. Ebeveynlerin çeşitli amaçlar doğrultusunda sosyal medya kullanımları bağlamında çocuklarına ilişkin paylaşımlara yer verdikleri bilinmektedir (Brosch, 2018). Ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarını paylaşmalarının pek çok farklı amaca hizmet ettiği düşünülebilir. Örneğin; sosyal medya ebeveynleri çocuklarıyla ilgili paylaşımlarında kendileri ile ilgili “akademik”, “gezgin”, “bilgili” gibi sıfatlar kullanarak tanımlar yapmakta ve bu sayede bir kimlik yaratmaktadırlar. Ebeveynliği kişisel tatmin sağlamak, takdir görmek ya da başarılı algılanmak amacıyla kullanmaktadırlar (Duygulu, 2019). Ayrıca, günümüzde markaların sosyal medyadaki görünürlüklerini artırmak için sosyal medya ebeveynlerini kullandıkları gözlemlenmektedir. Bu bağlamda sosyal medya ebeveynleri ekonomik kazanç sağlama amaçları doğrultusunda çocuklarıyla ilgili paylaşımlarında markalara ilişkin tanıtımlar yaparak ebeveynliği mesleğe dönüştürmektedir (Abidin, 2015).

Terim olarak sosyal medya ebeveynliği, ebeveynlerin internet ortamında geniş bir kitleye ulaşmak maksadıyla çocuklarını teşhis ve teşhir edilebilecek şekilde paylaşmasını ifade etmektedir (Yavuz, 2020).

2.2 Ebeveynlerin Sosyal Medya Paylaşımlarının İçeriği ve Yaygınlığı

Sosyal medya platformlarının bireylere kendi içeriklerini üretme, yükleme, paylaşma olanağı sunduğu ve bireylere diğer bireylerin ürettikleri, yükledikleri, paylaştıkları ile etkileşim fırsatları verdiği bilinmektedir. Yapılan bir araştırma, incelendiğinde, 1 dakikada sosyal medya platformlarına yüklenen fotoğraf sayısının 136.000 olarak yer aldığı görülmektedir (Erişir & Erişir, 2018).

Gündelik yaşıantımızın önemli bir parçası olan ve pek çok kesimden kullanıcıya hizmet sağlayan sosyal medya, sahip olduğu özellikler sayesinde ebeveynlerin de ilgisini çekmektedir. Ebeveynler sosyal destek sağlamak (Steinberg, 2016), bilgi paylaşımı yapmak (Chrostowska, 2018), ebeveynlikleri ile ilgili tartışmalar yapmak ve karşılaştıkları ebeveynlik sorunlarına çözüm bulmak (Livingstone & Blum Ross, 2017) gibi çeşitli amaçlarla sosyal medyada paylaşımlar yapmaktadır. Ebeveynler sosyal medya kullanım amaçları doğrultusunda yaptıkları paylaşımlarda çocuklarına ait içeriklere de yer vermektedir (Brosch, 2018).

Araştırmalar cinsiyeti fark etmeksizin her iki ebeveynin de sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili içerikler paylaştıklarını ortaya koymaktadır (Duggan ve ark., 2015). Ebeveynlerin sosyal medya platformlarında yaptıkları paylaşımların içerikleri ve sıklıkları “annelik” ya da “babalık” rollerine göre farklılıklar göstermektedir. Çalışmalar babalarla kıyaslandıklarında annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili içerikleri özellikle de aile fotoğraflarını daha çok paylaştıklarını vurgulamaktadır (Dhir ve ark., 2016; Ammari ve ark., 2015; Duggan & Brenner, 2012).

Araştırmalar ebeveynlerin paylaştıkları içeriklerin 4 temel alanda yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Bu alanlar özel günler, sağlık, sosyal aktiviteler, çocuklara ait bilgi paylaşımı olarak yer almaktadır. Özel günler ile ilgili paylaşımlar doğum günü, mezuniyet, gerçekleşen ilk partileri (diş buğdayı, adım çöreği vb.) içermektedir. Sağlık kapsamındaki paylaşımlarda çocuğun geçirdiği hastalıklar ya da ameliyatlar yer almaktadır. Sosyal aktivitelerin kapsadığı paylaşımlar piknikleri, seyahatleri, geziler gibi faaliyetleri içermektedir. Son olarak; çocuklarla ilgili bilgi paylaşımı kapsamında tavsiyeler, uygunsuz davranışlara yönelik farkındalık arttırma amaçlı tepkiler, deneyimler vb. paylaşılmaktadır (Maraşlı ve ark., 2016). Bu paylaşım alanlarına ek olarak ebeveynlerin çocuklarının sevimli, eğlenceli, komik olduğu anları, banyo yaparken, denize girerken çekilmiş çıplak fotoğrafları ya da aşırı düzeyde kişisel bilgi içeren ve başkaları tarafından uygunsuz değerlendirilebilecek paylaşımları yaptıkları da vurgulanmaktadır (Brosch, 2016; Kumar & Schoenebeck, 2015).

Ebeveynlerin paylaşım davranışının yaygınlaşmasında aktif rol oynadıkları bilinmektedir. Yurtdışında yapılan araştırmalar incelendiğinde her dört ebeveyn dennn çocuklarının görüntülerini sosyal medyada paylaştıkları sonucuna ulaşılmaktadır (Kopecky ve ark., 2020; Livingstone ve ark., 2018; Bartholomew ve ark., 2012). İngiltere’de yapılan bir araştırma, ebeveynlerin sosyal medya platformlarında çocuklarının beşinci doğum günlerine kadar ortalama 1.458 fotoğraflarını paylaştıklarını ortaya koymaktadır (BBC, 2018). Polonya’da yapılan bir araştırma ebeveynlerin %40’ının Facebook’ta çocuklarına ait 100’den fazla fotoğraf paylaştığını ortaya koymaktadır. Araştırmaya göre, ebeveynlerin %90’ının çocuğunun adını açık eden bir yorum paylaştığı; %83’ünün çocuğunun kişisel bilgisi olan doğum tarihini belirttiği grlmektedir. Ek olarak ebeveynlerin %32’sinin çocuklarının

bebekliğine dair ultrason fotoğraflarını, videolarını, doğum belgelerini ve anaokulu diplomalarını hesaplarında paylaştığı görülmektedir (Brosch, 2016).

Türkiye’deki araştırmalar incelendiğinde, ebeveynlerin %68’inin çocuklarına ait içerikleri sosyal medya platformlarında paylaştıkları görülmektedir (Altun, 2019). Yapılan bir araştırmada ebeveynlerin %28’inin çocuklarının iç çamaşırly ya da mayolu fotoğraflarını paylaştıkları ortaya konulmaktadır (Özaslan ve ark., 2018). Bir başka araştırmada ise ebeveynlerin %81,4’ünün doğum günü, mezuniyet gibi özel günleri paylaştıkları ortaya konulmaktadır (Maraşlı ve ark., 2016).

Ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili paylaşımları içerik bakımından ele alındığında içeriklerin %95,6 gibi büyük bir oranda günlük yaşam, geziler ve özel etkinlikleri kapsadığı görülmektedir (Brosch, 2016). Ebeveynler ile yapılan bir araştırmada ebeveynler içerik olarak günlük yaşam ile ilgili içerikleri daha fazla paylaştıklarını vurgulamışlardır ancak kendilerine ait sosyal medya hesapları incelendiğinde paylaşımlarda içerik olarak kutlamaları içeren içeriklerin öne çıktığı sonucuna ulaşılmaktadır. (Maraşlı ve ark., 2016). Ek olarak; araştırmalar ebeveynlerin çocukları ile ilgili komik ya da sevimli buldukları içerikleri daha fazla paylaşma eğiliminde olduklarını vurgulamaktadır (Kopecky ve ark., 2020; Aslan & Durmuş, 2020).

Yapılan bir araştırma, Instagramda sıklıkla paylaşım yapan ebeveynlerin paralel olarak çocuklarıyla ilgili içerikleri de sıklıkla paylaştıklarını ortaya koymaktadır. Bu araştırma, ebeveynlerin sosyal medya kullanımları ile çocuklarına ait içerikleri paylaşma sıklıkları arasında güçlü bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır (Ranzini ve ark., 2020).

Araştırmalar paylaşan ebeveynlik eylemlerinin babalara kıyasla anneler arasında daha yaygın olduğu üzerinde durmaktadır (Udenze & Bode, 2020). Yapılan

bir araştırma annelerin %70 babaların ise %58'inin sosyal medyada çocuklarına ait içerikler paylaştıklarını ortaya koymaktadır (Akpınar ve ark, 2020).

2.3 Ebeveynler ve Dijital Dünyada Değişen Ebeveynlik Roller

Ebeveyn kavramı kısaca çocuğunun biyolojik gelişimini destekleyen, bütüncül gelişiminden birinci derecede sorumlu olan, bakım veren kişiler yani anne ve baba olarak tanımlanmaktadır (Yaman, 2018). Ebeveynlerin çocuklarına bakım verme, güvenli bir çevrede yetişmelerini sağlama, iletişim kurma, hayata hazırlama gibi çeşitli rol ve sorumlulukları olduğu ve bu rollerin ve sorumlulukların çocukların bulundukları ortam, yetiştikleri bağlam ya da karşılaştıkları durumlara göre farklılaşabileceği bilinmektedir (Yurdakul ve ark., 2013).

Teknolojinin ve dijitalleşmenin hızla gerçekleştiği, yeni medya ve iletişim teknolojilerinin yaşamın her alanına girdiği günümüzde yaşanan değişim ve gelişimlerin dijital bir dünyayı oluşturmaya başladığı görülmektedir (Bayzan, 2009). Bu bağlamda ebeveyn rol ve sorumluluklarının dijital dünya ve dijital çağ gereksinimleri doğrultusunda değişmesi beklenmektedir (Durak, 2019). Dijital dünya ve çağın gereksinimlerine uygun olarak değişen ebeveynlik rollerinden bazılarını dijital risk ve olanakların farkına varma (Lupton ve ark., 2016); dijital dünyanın risklerine karşı çocuklarını güvende tutma (Appel ve ark., 2014); internet bağımlılığı vb. bağımlılıkları önleme (Clark, 2011); dijital dünyadaki gelişim ve değişimlerden haberdar olma, interneti etkili ve işlevsel kullanma, dijital dünyada çocuğuna model olma (İşman ve ark., 2016); ilk dijital kullanım deneyimleri konusunda çocuğuna rehberlik etme (Canbek & Sağıroğlu, 2007) olarak örneklemek mümkündür. Dijital dünyada değişen ebeveynlik rol ve sorumlulukları incelendiğinde özellikle çocuklarının teknoloji ve internetten istedik şekilde yararlanmaları konusunda ebeveynlere önemli görevler düştüğü görülmektedir. Bu bağlamda ilgili literatür

tarandığında dijital dünyada ebeveyn yeterliklerini, değişen ebeveynlik rol ve sorumluluklarını daha kapsamlı bir şekilde tanımlayan “dijital ebeveynlik” kavramının öne çıktığı görölmektedir (Sırakaya & Seferoğlu, 2018).

2.3.1 Dijital Ebeveynlik ve Tanımı

Dijital ebeveynlik en yalın haliyle dijital teknolojilerin kullanımı ile ilgili temel yeterliklere, beceri ve bilgilere sahip olan, bunların kullanımı konusunda çocuklarına rol model olan, kendini dijital dünyanın gelişimi ve değişimi bağlamında güncelleyebilen ve çevrimiçi ortamları fırsatlar ve karşılaşılabilecek riskler bağlamında değerlendirebilen, dijital dünya ile ilgili bilinç düzeyi yüksek ebeveynleri tanımlamaktadır (Huang ve ark., 2018).

Teknolojik gelişim ve değişimlerin hızla gerçekleştiği günümüzde çağa uygun değişim gösteren ebeveynlik rol ve sorumlulukları ebeveynlik kavramının yeniden ele alınması konusunu gündeme getirmektedir (Dursun, 2019). Ebeveynlerin değişen rol ve sorumlulukları arasında teknoloji ve internetin istendik ve güvenli kullanımı konusunda çocuklarına rehberlik etme, teknolojinin olumsuz getirileri ve yarattığı risklerin farkında olma ve önlem alma, çağın dijital gereksinimlerinin farkında olma ve gereksinimlere uyum sağlama sayılmaktadır. Ek olarak; temel düzeyde teknolojik araçları kullanma ve kullanımı konusunda çocuğuna iyi bir rol model / rehber olma, dijital dünyadaki kuralları bilme ve çocuğuna öğretme gibi çeşitli rol ve sorumlulukların yer aldığı da bilinmektedir (Yurdakul ve ark., 2013). Bütün bunların ebeveyn – ocuk ilişkisinde dijital dönüşümleri vurgulayan rol ve sorumluluklar olduğu düşünölebilir. Ebeveynlerin teknolojideki gelişime ve yeniliklere bağlı olarak değişen ebeveynlik rol ve sorumluluklarının dijital dünyada sahip olmaları gereken özellikleri vurgulayacak şekilde yeniden tanımlanması “dijital ebeveynlik” kavramını gündeme getirmektedir (Yay, 2019).

Literatürde dijital ebeveynlik ile ilgili birçok tanıma rastlanmaktadır. Dijital ebeveynlik genel olarak kapsamlı bir biçimde çağın gereksinimlerinin farkında olan ve bu gereksinimler doğrultusunda hareket eden, temel düzeyde dijital araçları kullanan, dijital risklerin ve olanakları ayırt edebilen, kendini ve çocuğunu dijital olanaklardan yararlanma ve risklerden korunma konusunda bilinçlendiren, dijital dünyanın da kendi kuralları olduğunu bilen, bu kurallara uygun davranan, kuralları çocuğuna aşıl原因an ebeveyn olarak tanımlanmaktadır (Yurdakul ve ark., 2013). Dijital ebeveynlerin tanımda yer aldığı şekilde ebeveynlik yapabilmeleri için üzerlerine düşen temel rol ve sorumluluklar olduğu bilinmektedir. Bu temel rol ve sorumluluklar genel olarak dijital ebeveynlik rolleri olarak adlandırılmaktadır (Yay, 2019).

2.3.2 Dijital Ebeveynlik ve Ebeveynlik Roller

Dijital ebeveynlik rolleri, çağımızın sunduğu dijital fırsatlardan etkili şekilde yararlanmak ve çocuklarını dijital dünyanın muhtemel risklerinden korumak isteyen her ebeveynin üzerine düşen temel ebeveynlik rollerini tanımlamak için kullanılmaktadır (Yay, 2019). Dijital ebeveynlik rolleri; dijital okuryazarlık, farkında olma, kontrol, etik, yenilikçilik olarak beş başlık altında ele alınmaktadır (Yurdakul ve ark., 2013).

2.3.2.1 Dijital Okuryazarlık

Dijital okuryazarlık rolü Ribble (2015) tarafından, teknolojinin ve teknoloji kullanımının hakkında öğrenme ve öğretme süreci olarak tanımlanmaktadır. Dijital okuryazarlık becerisi, dijital ebeveynlere internette yer alan içeriklerin doğruluğunu saptayabilme ve alternatif yöntemleri kullanarak kendilerini eğitime fırsatı vermektedir (Karaboğa, 2019). Bu rol, bilgiyi doğru araştırmayı ve araştırma sonucu elde edilen bilgileri günlük yaşamda kullanabilmeyi de içermektedir (Karabacak & Sezgin, 2019). Dijital okuryazar olan ebeveyn, teknolojiyi ve teknolojik araçları kullanabilen, internet

ortamında yer alan bilgilerin doğruluğunu sorgulayabilen, dijital dünyanın risklerinden korunan ve avantajlarından yararlanabilen ebeveyn olarak tanımlanmaktadır (Uludaşdemir & Küçük, 2021). Dijital okuryazar olarak tanımlanan ebeveynlerin dijital okuryazarlığın teknoloji kullanımında karşılaştığı sorunlar karşısında toleranslı olma, interneti teknik açıdan bilme, teknolojideki yenilikleri takip etme konusunda istekli olma, teknoloji kullanımında gizlilik politikalarını bilme gibi özelliklerine sahip olmaları beklenmektedir (Yurdakul ve ark., 2013).

2.3.2.2 Farkında Olma

Farkında olma rolü kısaca dijital ebeveynlerin dijital dünyanın kendilerine ve çocuklarına sunduğu avantaj ve dezavantajları birbirinden ayırt edebilme becerisi olarak tanımlanmaktadır. Dijital ebeveynlerin tanımında bahsedilen ayırt etme becerisine sahip ebeveynler olduklarını anlayabilmek için çevrimiçi ortamlardaki riskleri ya da yararları birbirinden ayırabildiğinden, internet ve sosyal medya bağımlılığı gibi dijital bağımlılıkları fark ettiklerinden ve bunlardan kaçındıklarından, dijital ortamdaki olumsuz sinyallerin farkında olduklarından, çocuklarının teknoloji ve internet kullanım sürecinin farkında olduklarından emin olmak gerekmektedir. Farkında olma rolünün, dijital okuryazarlık rolünün ebeveynlerin internet ve teknoloji ile ulaştıkları bilgilerin doğruluğunu sorgulama ve doğru olmayan bir bilgiye ulaştığında bunun risk yaratabileceğini ayırt ederek bu bilgiyi kullanmama bağlamında dijital okuryazarlık rolünü tamamladığı söylenebilmektedir (Yurdakul ve ark., 2013).

2.3.2.3 Kontrol

Dijital dönüşümün ebeveyn rol ve sorumlulukları bağlamında da birçok değişiklik meydana getirdiği bilinmektedir (Dursun, 2019). Bu dönüşüm sonucu ortaya çıkan dijital ebeveynlik rollerinden biri de kontrol olarak adlandırılmaktadır (Yurdakul ve ark., 2013).

Dijital ebeveynlik rollerini gerçekleştirebilmek için dijital ebeveynlerin sahip olmaları gereken birtakım sorumluluklar olduğu bilinmektedir (Yay, 2019). Bu bağlamda ele alınan ebeveyn sorumluluklarından birinin çocuklarına teknolojiye erişim imkânı sağlamak ve sağlanan bu imkândan çocuğunun işlevsel, etkili, güvenli yararlanmasını desteklemek olduğu bilinmektedir (İşman ve ark., 2016). Bu sorumluluk dijital bir ebeveyn den çocuğuna teknolojiye erişim imkânı sunmasının dışında çocuğunun bu imkânlardan işlevsel, etkili ve güvenli yararlanmasını desteklemek için çocuğunun kendisine sunulan imkânları nasıl kullandığını, hangi dijital ortamlarda nasıl ve ne amaçla yer aldığını, kendine ait kişisel bilgi paylaşım durumu ve düzeyini, etkileşim içerisinde olduğu insanları kontrol etme sorumluluğunu da beraberinde getirmektedir. Dijital ebeveynlerden bu bağlamda kontrol rolü ile birlikte çocuklarını dijital dünyada yalnız bırakmamaları, güvenli internet ve filtre hizmetlerini tanımaları ve bunlardan faydalanmaları, çocuklarının interneti ne zaman, nasıl, ne kadar kullanabileceklerinin net olarak belirlendiği bir rehber hazırlamaları, sosyal ortamlarda çocuklarını izleyebilecek şekilde yer almaları gibi yeterliklere sahip olmaları beklenmektedir (Yurdakul ve ark., 2013). Magid (1998), yaptığı bir çalışmada dijital ebeveynlerin kontrol sorumluluklarını yerine getirebilmeleri için yapabileceklerini çocuğun kişisel bilgilerini paylaşmama ve çocuğun da paylaşmadığından emin olma, makul kullanım konusunda kurallar listesi oluşturma ve kurallara uyulduğundan emin olmak için takibini yapma, çocuğun kullandığı bilgisayarın evin daha görünen bir alanında bulundurma ve bu alanda kullanmasını sağlama, internet üzerinden yabancı kişilerle iletişime geçmeme ve kendisi ile bir yabancı iletişime geçmek istediğinde kendisine haber verilmesini isteme olarak sıralamaktadır.

2.3.2.4 Etik

Dijital etik rolü kısaca, dijital teknolojileri kullanırken uyulması gereken davranış kuralları olarak tanımlanmaktadır. Dijital etik rolü dört temel boyutu içermektedir. Bu dört temel boyut: erişim, doğruluk, fikri mülkiyet, gizlilik olarak belirtilmektedir (Paksoy, 2015). Erişim boyutu; Dijital ortamlarda bilgiye erişim için uygun yolları kullanmayı içermektedir. Doğruluk boyutu; Bilgilere erişim için uygun yolları kullanırken bilgilerin doğruluğunun nasıl araştırılması gerektiği ile ilgili açıklayıcı bilgileri içermektedir. Fikri mülkiyet boyutu ile kastedilen; yazılım, kitap, makale, video ya da fotoğraf vb. fikri ürünleri kullanırken uyulması gereken kurallar ve doğru davranışlar olarak bilinmektedir. Son olarak gizlilik boyutu; dijital ortamlarda ne tür bilgileri paylaşmamak gerektiği ile ilgili açıklayıcı bilgiler içermekte ve gizlenen bilgilerin güvenliğini sağlama yollarını içermektedir (Pekyürek, 2022).

Dijital etik rolü daha ayrıntılı olarak internet ortamında iletişim kurma, başkalarına nasıl davranacağını bilme (Sari ve ark., 2020); diğer insanlara saygı duyma, siber zorbalıktan uzak durma, internetten diğer insanlar üzerinde zarar oluşturmayacak şekilde yararlanma (Ribble, 2015) olarak tanımlanmaktadır. Ebeveynlerin günlük yaşantı içerisinde çocuklarına herkesçe bilinen etik kurallara uygun davranmakla ilgili yaptıkları rehberliği dijital yaşantılar içerisinde de yapmaları gerekliliği dijital etik rolünün içerisinde vurgulanmaktadır (Uludaşdemir & Küçük, 2021). Ebeveynlerin dijital etik rolü ile ilişkilendirilen özellikleri fikri mülkiyete saygı, güvenilir bilgiye ulaşmaya çalışma ve ulaşılan bilginin güvenilir olduğunun kontrolünü sağlama olarak yer almaktadır (Yurdakul ve ark., 2013).

2.3.2.5 Yenilikçilik

Dijital yenilikçilik rolü kısaca, dijital ebeveynlerin yeniliklere ilgili, güncel olarak yenilikleri takip eden ve öğrenen, yeniliklerin olumlu ve olumsuz yönlerini

birbirinden ayırabilen bireyler olması olarak tanımlanmaktadır. Ebeveynlerin dijital yenilikçilik rolü ile ilişkilendirilen özellikleri yeniliklere ilgi duyma, yenilikleri öğrenmek için çaba gösterme, güncel olarak yenilikleri takip etme, yeniliklerin olumlu ve olumsuz yönlerini ayırt edebilme olarak yer almaktadır (Livingstone & Byrne, 2018).

2.4 Paylaşan Ebeveynlik Tanımı ve Tarihçesi

Dijital dünyada yaşanan değişimler ebeveynlerin dijital teknoloji ve internet kullanımlarına yansımaktadır. Ayrıca ebeveynlerin sosyal medya kullanımları da etkilenmektedir. Günümüzde ebeveynlerin kendileri ile ilgili paylaşımları haricinde yaygın olarak çocukları ile ilgili paylaşımlar yaptıkları görülmektedir (Brosch, 2018). Chrostowska (2018), ebeveynliğin günümüzde çevrimiçi paylaşımlar yoluyla da gerçekleşen bir deneyim olduğu fikrini ortaya koymaktadır. Ebeveynlerle çocukları ile ilgili günlük çevrimiçi paylaşım yapma eylemlerinin zamanla iç içe geçerek çağdaş kültürde tanınır ve bilinir bir hale gelmesi paylaşan ebeveynlik kavramını gündeme getirmektedir (Lazard ve ark., 2019).

Paylaşan ebeveynlik alan yazında bilinen en kısa tanımı ile ebeveynlerin çocukları ile ilgili içerikleri çeşitli sosyal medya platformlarında paylaşma eylemleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Brosch, 2017). Sharenting (paylaşan ebeveynlik) kavramının İngilizcede yer alan ebeveynlik (parenting) ve paylaşmak (sharenting) anlamlarını taşıyan iki kelimenin birleşiminden türetildiği bilinmektedir (Ayhan & Öztürk, 2021). Henüz türetilmiş tam bir Türkçe karşılığı bulunmamaktadır. Buna karşın; kavram Türkçe “paylaş - ana babalık” ya da “paylaşan ebeveynlik” olarak yer almaktadır. Her iki Türkçe karşılık kavramsal olarak uygun bulunmakla beraber “sharenting” kelimesini tam karşılamadıkları düşünülmektedir (Erişir & Erişir, 2018).

Ebeveynlerin çeşitli sosyal medya platformlarında çocuklarına ait içerikleri paylaşma eylemlerinin paylaşılan ebeveynlik olarak değerlendirilebilmesi için paylaşımları gören düzenli bir hedef kitleden, çocuğun kendisi ile ilgili yapılan paylaşımlar aracılığıyla tanınma ihtimalinden söz etmek gerekmektedir. Buna ek olarak; çocuk hakkında yapılan paylaşımlar yoluyla çocuğun gizlilik, güvenlik, mahremiyet ve unutulma hakkı gibi haklarının ihlal edilmesi de söz konusu olmaktadır (Maltz Bovy, 2013).

Paylaşılan ebeveynlik ebeveynlerin çeşitli sosyal medya platformlarında çocukları hakkında aşırı, kontrolsüz, bilinçsiz paylaşımlar yapmaları yoluyla çocuklarının haklarını ihlal etmeleri ve çocuklarına ait özel ve kişisel bilgileri herkese açık şekilde paylaşarak kamuya açıklama eylemleri olarak tanımlanmaktadır (Maltz Bovy, 2013). Paylaşılan ebeveynlik kavramı her iki cinsiyeti de kapsayan tarafsız bir kavramdır (Ammari ve ark., 2015).

Paylaşılan ebeveynlik ilk kez Steven Leckart tarafından 2012 yılının Mayıs ayında Wall Street gazetesinde yazılan bir yazıda “Oversharenting” olarak kullanılmıştır (Maraşlı ve ark., 2016). Paylaşılan ebeveynlik ilk kez Collins Dictionary tarafından 2015 yılında “ebeveynlerin çocukları ile ilgili paylaşım yapma uygulaması” olarak tanımlanmıştır (Brosch, 2017). Yapılan bir çalışmada kavramla ilgili ilk akademik çalışmanın 2015 yılına ait olduğu (Blum Ross, 2015) ve Türkiye’de yapılan ilk çalışmanın 2016 yılında gerçekleştirildiği (Maraşlı ve ark., 2016) bilgilerine ulaşılmaktadır (Kopuz ve ark., 2022).

2.4.1 Paylaşılan Ebeveynlik ve İlgili Kuramlar

Paylaşılan ebeveynlik ile ilgili literatür tarandığında alan yazında paylaşılan ebeveynlik eylemi ile ilişkilendirilebilecek farklı kuramların yer aldığı görülmektedir (Damkjaer, 2018; Bronfenbrenner, 1997; Katz ve ark., 1973; Festinger, 1954).

Kuramlar incelendiğinde kuramların paylaşılan ebeveynlik eylemini anlamak, açıklamak ve örneklendirmek için yardımcı olabileceği düşünülebilir. Bu araştırmada araştırma konusuna paralel olduğu düşünüldüğü için seçilen kuramlar sırasıyla Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı ve Dört Çeşit Ebeveynlik Yaklaşımı özel başlıkları altında yer almaktadır.

2.4.1.1 Elihu Kahtz Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı

Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı alan yazına Elihu Katz tarafından kazandırılmıştır (Yaylagül, 2010). Kuram, bireyin sosyal ve psikolojik şartlarının medya tercihini etkilediğini savunmaktadır. Kurama göre birey çeşitli sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını normal yollarla gideremezse bu ihtiyaçları gidermek için kitle iletişim araçlarını kullanmaya yönelmektedir (Gülner & Balcı, 2011). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı bireylerin iletişim ortamları ile sosyal, psikolojik, bilişsel ve duyuşsal ihtiyaçları arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı hedeflemektedir. Ek olarak; insanların medya ile eriştikleri içerikleri tüketerek hangi ihtiyaçlarını gidermeyi amaçladıklarını belirlemeyi de hedeflemektedir (Kuyucu, 2016). Bu bağlamda kuramın odağında “İnsanlar medya ile ne yapıyor?” sorusu yer almaktadır (Yaylagül, 2010). Kurama göre insanlar farkında olma, oyalanma, anlama, kaçış, eğlenme, etkileşim kurma gibi çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için medyayı kullanmaktadır (Bulduklu & Karaçor, 2019; Güngör, 2011). Katz, Haas & Gurevitch (1973) tarafından yapılan çalışmada, kişilerin medya ile giderebilecekleri 35 ihtiyaç listelenmekte ve ihtiyaçlar 5 başlık altında toplanmaktadır. Bu başlıklar sırasıyla Bilişsel İhtiyaçlar, Duyuşsal İhtiyaçlar, Bilişsel – Duyuşsal İhtiyaçlar, Bütünleştirici İhtiyaçlar olarak yer almaktadır. Bilmekle, bilgiyi doğrulamakla ve anlamakla ilgili ihtiyaçlar bilişsel ihtiyaçlar başlığı adı altında yer almakta, duygusal deneyimleri anlamakla, zevk ve estetikle ilgili ihtiyaçlar ise duyuşsal ihtiyaçlar başlığı altında yer almaktadır. Ek

olarak; Bilişsel - duyuşsal ihtiyaçlar güveni, devamlılığı, güvenilirliği güçlendirmekle ilgili ihtiyaçları tanımlamakta, bütünleştirici ihtiyaçlar dünya, aile ve arkadaşlarla etkileşimi güçlendirmekle ilgili ihtiyaçları tanımlamaktadır. Ele alınan son başlık kaçış ihtiyaıdır. Kaçış ihtiyaı; gerilimden kurtulma, gündelik yaşam stresinden uzaklaşma gibi ihtiyaçları kapsamaktadır. Kullanımlar ve Doyumlar kuramının medya ile ilgili araştırmalarda kullanılan etkili bir kaynak olarak kabul görmesini sağlayan temel unsur etkileşim unsuru olarak vurgulanmaktadır (Siraj, 2007).

2.4.1.2. Maja Sonne Damkjaer Dört Ebeveynlik Yaklaşımı

Dört Ebeveynlik Yaklaşımı alan yazına Maja Sonne Damkjaer tarafından kazandırılmıştır. Damkjaer (2018) tarafından ortaya konulan Dört Ebeveynlik Yaklaşımı ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik ile ilgili sergiledikleri iletişimsel yönelimlerini açıklamaktadır. Damkjaer araştırmasında ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik ile ilgili sergiledikleri dört tip iletişimsel yönelim olduğunu ortaya koymaktadır. Bu dört tip iletişimsel yönelim sırasıyla ‘‘akran odaklı iletişimsel yönelim’’, ‘‘aile odaklı iletişimsel yönelim ’’, ‘‘karşıt iletişimsel yönelim’’ ve ‘‘kullanmayan iletişimsel yönelim’’ şeklinde yer almaktadır (Damkjaer, 2018).

Akran odaklı iletişimsel yönelime sahip ebeveynler, ortak noktaları ebeveynlik rolleri olan sosyal platformlar oluştırmaya ve bu platformlara katılmaya odaklanmaktadır. Akran odaklı iletişimsel yönelime sahip ebeveynler bu bağlamda sosyal medyada yer alan bir ya da daha fazla gizli ya da kapalı evrimii grupların bir parçası olmaktadır. Bu ebeveynlerin paylaşımlarının büyük bir çoğunluğunu paylaşan ebeveynlik kapsamında ele alınabilecek paylaşımlar oluştırmaktadır. Akran odaklı iletişimsel yönelimde etkileşim temeldir. Ebeveyn paylaşımlarının çoğu ebeveynlik deneyimleri aracılığıyla fikir alışverişi ve bilgi paylaşımı yoluyla etkileşim kurmak için yapılmaktadır. Akran odaklı iletişimsel yönelimde paylaşan ebeveynlik

ebeveynlerin çocuklarının estetik, çekici, güzel olduğu düşünölen fotoğraflarını sunma yoluyla ebeveynlik rollerine olan bağıllığın temsiline dayanmaktadır (Putnam, 2000). Akran odaklı iletişimsel yönelime sahip ebeveynler öz kimlik üretimlerini raporlama, kendini izleme, bilgi edinme ve çocuğuna ilişkin içerikler paylaşma yoluyla gerçekleştirmektedir (Damkjaer, 2018).

Aile odaklı iletişimsel yönelime sahip ebeveynler aile değerlerini yansıtmak ve bu değeri vurgulamak için paylaşan ebeveynlik kapsamında değlendirilebilecek paylaşımlar yapmaktadır. Burada bahsedilen aile değerlerine yönelik paylaşımlar kutlamaları, gelenekleri, soyun parçası olduğunu kanıtlamayı, nesiller arası bağıları içerebilmektedir. Aile odaklı iletişimsel yönelime sahip ebeveynler tarafından yapılan paylaşımların aile ve yakın çevre tarafından görölebilir olması vurgulanmaktadır. Ayrıca bu paylaşımların yoruma ve beğeniye açık olması yoluyla etkileşim kurulmasına olanaklar sunmasının çiftler arasındaki yakınlığı geliştirdiğı düşünölmektedir. Ayrıca, geniş ailenin de bu etkileşimin bir parçası olmasının aile bağılarını güçlendireceğinin düşünöldüğü de eklenmektedir. Burada vurgulanmakta olan önemli nokta yapılan yorumların karşılıklı konuşmadaki diyaloglar gibi düşünölemeyeceğı ve bu nedenle diyalog olarak adlandırılamayacağıdır. Bu nedenle aile odaklı iletişimsel yönelimin monolojik olduğı savunulmaktadır (Hutchby & Wooffitt, 2008).

Karşıt iletişimsel yönelime sahip ebeveynler paylaşan ebeveynlik eylemine karşı direnç gösteren ve isteksiz ebeveynlerdir. Bu yönelime sahip ebeveynlerin de sosyal medyada aktif oldukları görölmektedir. Burada vurgulanan nokta, bu ebeveynlerin ebeveynliklerine ya da çocuklarına ilişkin son derece az paylaşım yaptıklarıdır (Light, 2014). Bu yönelimin paylaşan ebeveynlik eylemine eleştirel ve yargılayıcı tutumla karakterize olduğı belirtilmektedir (Damkjaer, 2018).

Son olarak kullanmama yönelimi yer almaktadır. Kullanmama yönelimine sahip ebeveynler de sosyal medya platformlarında yer almaktadır. Ebeveynler bu platformları ebeveynliklerine ya da çocuklarına ilişkin paylaşımlar yapmak amacıyla kullanmamaktadır. Bu yönelim sınırlı sosyal medya kullanımı ve sınırlı katılımı içermektedir. Sosyal medyanın iletişim için kasıtlı olarak seçilmediği bilinçli bir strateji olduğu da düşünülmektedir (Damkjaer, 2018).

Karşıt iletişimsel yönetime sahip ebeveynler ile kullanmama yönelimine sahip ebeveynlerin sergiledikleri tutumlar arasında benzerlikler bulunabilir. Karşıt iletişimsel yönetime sahip ebeveynlerin de kullanmama yönelimine sahip ebeveynlerin de sosyal medya platformlarında yer almaları her iki yönetime sahip ebeveynler için benzer bir nokta olarak vurgulanabilir. Buna karşın her iki yönetime sahip ebeveynlerin sergiledikleri tutumlar arasında temel bir farklılık bulunduğu ve bu farklılığın karşıt iletişimsel yönetime sahip ebeveynlerin son derece az da olsa ebeveynlikleri ve çocukları ile ilgili paylaşım yaptıkları ancak kullanmama yönelimine sahip ebeveynlerin hiç paylaşım yapmadıkları olduğu belirtilebilir.

2.4.2 Paylaşan Ebeveynlik Boyutları

Paylaşan ebeveynlik ilgili literatürde pek çok farklı boyutuyla ele alınmakta ve tartışılmaktadır. Bu araştırmada paylaşan ebeveynlik bu genel başlık adı altında bağımlılık boyutu, hukuki boyut, sosyal ve psikolojik boyutlar bakımından ele alınmaktadır.

Literatürde tanımlanan bağımlılık türleri arasında egzersiz bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı, oyun bağımlılığı, çalışma bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı ve cep telefonu bağımlılığı gibi pek çok bağımlılık türü olduğu bilinmektedir (Tutgun Ünal & Deniz, 2015; Starcevic, 2013). Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemleri ile ilişkili olan bağımlılık türlerinin sosyal medya bağımlılığı ve internet bağımlılığı

olduğu düşünülmektedir (Mann ve ark., 2017). Young (2011), internet bağımlılığı ile ilgili kriterleri internet kullanımını kontrol etmekte zorlanma, internete erişmenin zor olması ya da kısıtlanması halinde sinirlenme, işlevsellikte azalma, internet üzerinde aşırı zihinsel yoğunlaşma olarak tanımlamaktadır. Aşırı sosyal medya kullanımının da özel anlamda bir çeşit internet bağımlılığı olarak kabul edildiği görülmektedir. Sosyal medya kullanımı özelinde internet bağımlılığı bireylerin aşırı ve tekrar eden döngülerle sosyal medya kullanmakla ilgili eylemlerini tanımlamaktadır (Starcevic, 2013). Paylaşan ebeveynlik eylemleri ile internet ve sosyal medya bağımlılığı farklı bir açıdan ilişkilendirildiğinde öz kontrol kaybının ve dürtüsellüğün temel olduğu bir yapı görülmektedir (Hinojo Lucena ve ark., 2020). Bağımlılık perspektifinde öz kontrolü kaybetmenin ve dürtüsellüğün kişinin yaşam kalitesini, kişisel gelişimini, günlük rutinlerini olumsuz etkilediği gözlemlenmektedir (Lowe & Hawks, 2019). Yapılan bir araştırmanın sonucu incelendiğinde internet bağımlılığının paylaşan ebeveynlik eylemini gerçekleştirme motivasyonunu artırdığı görülmektedir (Ouvrein & Verswijvel, 2019).

Literatürde paylaşan ebeveynlik eyleminin bağımlılık boyutundan farklı olarak yasal bir temele dayandırılarak vurgulandığı hukuki bir boyutunun olduğundan da bahsedilmektedir. Paylaşan ebeveynlik eyleminin hukuki boyutu ulusal ve uluslararası yasalarla düzenlenmiş olan çocuk haklarının ihlallerini kapsamaktadır (Küçükali & Serçemeli, 2019). Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesine göre çocukların sahip oldukları haklardan bazıları; vatandaşlık, düşünce özgürlüğü, özel hayatın gizliliği, istismar ve ihmale karşı korunma olarak bilinmektedir. Bu sözleşme ile çocukların hakları güvence altında alınmaktadır. Ek olarak; Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi (1989) de , 16., 18., 19. maddelerinde çocuklarının haklarını koruma sorumluluğunun ebeveynlere ait olduğunu vurgulamaktadır. Türk Medeni

Kanuna göre de çocuklarının haklarını koruma sorumluluğu ebeveynlere verilmektedir ancak ebeveynler paylaşılan ebeveynlik eylemleri ile çocuklarının haklarını ihlal etmektedir (Özaslan ve ark., 2018). Ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eylemleri ile ihlal ettikleri haklar kişilik hakları, unutulma hakkı, istismar ve ihmalden korunma hakkı, mahremiyet, özel hayatın gizliliği olarak sayılmaktadır (Yılmaz, 2021). Türk Ceza Kanunu'nun 134., 135., 136. Maddelerin kapsamında yasal olmayan biçimde özel hayata ilişkin seslerin ya da görüntülerin ifşa edilmesi hukuki yaptırımlarla sonuçlanmaktadır. Buna karşın; ülkemizde ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eylemleri sonucunda hak ihlallerini engelleyecek yaptırımların yeterli olmadığı düşünülmektedir (Akpınar ve ark., 2020).

Ebeveynler paylaşılan ebeveynlik eylemleri aracılığıyla öz saygılarını artırma (Ong ve ark., 2011; Mehdizadeh 2010), sosyal rollerini teyit etme ve izleyicilerden onay alma ihtiyacı gibi çeşitli sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaktadır (Keith & Steinberg, 2017). Bu sayede ebeveynlerin kendilerini ve ebeveynliklerini onaylanmış, takdir edilmiş, kabul görmüş olarak algılamaktadır (Erişir & Erişir, 2018). Ebeveynler, paylaşılan ebeveynlik aracılığıyla takipçileriyle bağ kurarak ya da çocuklarının hayatlarıyla ilgili güncel bilgileri ailelerine, yakın çevrelerine, diğer insanlara ulaştırarak etkileşimde kalmakta ve yeni sosyal bağlar kurmakta ya da var olan sosyal bağlarını geliştirmektedir (Kumar & Schoenebeck, 2015). Ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eylemlerinin sosyal ve psikolojik boyutunun olumlu sonuçları olduğu gibi olumsuz birtakım sonuçlarının olduğu da bilinmektedir (Padoa ve ark., 2018). Olumlu sonuçlar arasında ebeveynlerin arkadaşları, aileleri ve diğer ebeveynlerle bağlantı kurma, destek alma, bilgi ve deneyimlerini paylaşma, onaylanma ve takdir edilme ihtiyaçlarının karşılanması sayılmaktadır (Livingstone & Blum Ross, 2017). Olumsuz sonuçlar ise ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eylemleri

ile hassas ve kişisel bilgileri ifşa etmelerinin, gizlilik, güvenlik ve mahremiyeti tehlikeye atmalarının, paylaşımlarının aşağılama veya siber zorbalık gibi kötü niyetli amaçlarla kullanılmasının benlik algısının zedelenmesine yol açması (Haley, 2020), çevrimiçi kimliği şekillendirme ve özerklik kazanma konularında sorun yaşama, aile içinde kriz psikolojisi ve ebeveyn-çocuk ilişkilerinin bozulması olarak yer almaktadır (Ouvrein & Verswijvel, 2019).

2.4.3 Paylaşan Ebeveynlik Nedenleri

Araştırmalar ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin ardında birçok neden olduğunu vurgulamaktadır. Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin altında yatan nedenler; yakın çevre ile iletişim kurmak (Archer & Kao, 2018); toplumsal onay almak / beğenilmek (Brosch, 2016); çocukları için dijital bir albüm oluşturmak / arşivlemek (Latipah ve ark., 2020); bilgileri ve deneyimleri paylaşmak (Duygulu, 2019); sosyal destek almak (Duggan ve ark., 2015); kendi ebeveynliğine ilişkin temsiller sunmak (Davidson Wall, 2018); ticari amaçları olmak (Erişir & Erişir, 2018) olarak belirtilmektedir.

Ebeveynler sosyal medya aracılığıyla zamandan ve mekândan bağımsız bir şekilde yakın çevreleri ile iletişim kurabilmektedir (Stutzman & Hartzog, 2012). Bu bağlamda ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemleri onlar için bir sosyal katılım göstergesi olarak görülmektedir (Wagner & Gasche, 2018). Ebeveynler paylaşan ebeveynlik yoluyla aile dinamiklerini ve kimliklerini sergilerken aynı zamanda bu içeriklerle etkileşimde bulunan yakın çevreleri ile bağlantılar kurmakta ve geliştirmektedir (Damkjaer, 2018). Ebeveynler paylaşan ebeveynlik eylemlerini gerçekleştirerek uzakta kaldıkları sosyal çevreleri ile iletişimde kaldıklarını düşünmektedir (Davis ve ark., 2015). Bütün bu anlatılanların ebeveynlerin paylaşan

ebeveynlik eylemini gerçekleřtirme nedenlerinden birinin yakın evre ile iletiřim kurmak olduėu dūřuncesini desteklediėi dūřunūlmektedir.

Ebeveynlerin paylařan ebeveynlik eylemini gerçekleřtirme nedenlerinden birinin de toplumsal onay almak ve beėenilmek olduėu dūřunūlmektedir. Arařtırmalar ebeveynlerin paylařan ebeveynlik eylemleri sonucunda aldıkları yorum ve beėenilerde yer alan olumlu geri bildirimlerin ebeveynlerin toplumsal onay aldıklarını dūřūnmelerini saėladıėını ortaya koymaktadır (Moser ve ark., 2017; Davis ve ark., 2015; McDaniel ve ark., 2012). Ek olarak; ebeveynlerin herkese açık paylařtıkları ve kiřisel bilgilerini de içeren gōnderilere dijital ortamdaki çevrelerinden aldıkları beėeni, yeniden paylařma, destekleyici yorum yapma gibi etkileřimleri olumlu geri bildirimler olarak nitelendirdikleri ve bunun sonucunda bir onaylanma duygusu yařadıkları belirtilmektedir. Bunun ebeveynlerin eylemi gerçekleřtirmeye yōnelik motivasyonlarını daha fazla artırdıėı savunulmaktadır (Steinberg, 2016). Cino, Demozzi ve Subrahmanyam (2020), yaptıkları arařtırma ile sosyal medyada yapılan paylařımlar yoluyla ‘‘beėeni’’ almanın paylařım yapmayı teřvik ettiėini ortaya koymaktadır. Bu arařtırmada ebeveynlerin ‘‘beėeni’’ alma yoluyla çocuklarına ve kendilerine ‘‘ōvgū’’ ve ‘‘ilgi’’ gōsterildiėini dūřūndüklerini ifade ettikleri gōrūlmektedir. Būtūn bu anlatılanların ebeveynlerin paylařan ebeveynlik eylemini gerçekleřtirme nedenlerinden birinin beėenilmek ve toplumsal onay almak olduėu dūřuncesini desteklediėi dūřunūlmektedir.

Ebeveynler paylaşan ebeveynlik eylemleri bağlamında çeşitli sosyal medya platformlarında çocuklarına ait fotoğraf, video gibi içerikleri paylaşmaktadırlar. Sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili paylaşımlar yapmalarının nedenlerinden birisine de çocuklarının anılarını arşivlemek için dijital bir arşiv oluşturmak olarak yer vermektedirler (Kumar & Schoenebeck, 2015). Ebeveynler

çocukları ile ilgili içerikleri paylaşma yoluyla arşivlemeye doğum öncesi dönem ultrason görüntüleriyle başlamakta ve çocuklarının tüm yaşam serüvenine ilişkin önemli olduklarını düşündükleri anlarda paylaşımlar yaparak sürdürmektedirler (Altun, 2019). Kumar ve Schoenebeck (2015) yaptıkları araştırmada, sosyal platformlarda genellikle dört tür fotoğrafın paylaşıldığını ortaya koymaktadır. Bu dört türe ait fotoğraflar gelişimsel becerilere ilişkin fotoğrafları (ilk diş, ilk yaş günü vb.), aile ve çevreye ilişkin fotoğrafları, eğlenceli ve sevimli olduğu düşünülen anlara ilişkin fotoğrafları içermektedir. Üstündağ (2024), ebeveynlerin sosyal medya platformlarında fotoğraf ve videolar paylaşarak dijital albüm oluşturmalarının fotoğraf bastırma, albümlere yer bulma gibi sorunlarını ortadan kaldırıldığını ve sosyal medya hesaplarının dijital albüm olarak ele alındığında fotoğraflara ulaşılmasını ve arşivlenmesini kolaylaştırdığını savunmaktadır. Ayrıca, ebeveynlerin de benzer gerekçelerle paylaşan ebeveynlik eylemi yoluyla dijital albüm oluşturma eğilimlerinin arttığını vurgulamaktadır. Bütün bu anlatılanların ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemini gerçekleştirme nedenlerinden birinin dijital albüm oluşturmak ve arşivlemek olduğu düşüncesini desteklediği düşünülmektedir.

Ebeveynlerin sosyal medya platformlarında ticari amaçları doğrultusunda kazanç sağlayabilmek için de paylaşım yaptıkları bilinmektedir. Ebeveynler sosyal medya platformlarında kişisel hesaplarını kullanarak paylaştıkları içeriklere ürün yerleştirme, ürün tanıtımı, işbirlikleri ekleyerek reklam yapmakta ve paylaşımları yoluyla kazanç elde etmektedir (Erişir & Erişir, 2018). Bu durumlarda paylaşım yapma nedenleri hedef kitleyi yönlendirmek, hedef kitlenin ilgisini çekmek, maddi kazanç elde etmek olarak yer almaktadır (Kopecky ve ark., 2020). Çocukların saflığı, sempatikliği ve masumiyeti, ebeveynler ve reklam şirketleri tarafından kullanılarak iki yönlü bir kazanç yoluna gidilmektedir. Yapılan iş birlikleriyle firmalar marka ve ürün

satışlarını artırma, sanal ortamda daha geniş bir kitleye ulaşma ve reklamlardan gelir elde etme amacıyla hareket ederlerken, ebeveynler ise görünür ve ünlü olma ve para kazanma beklentilerini karşılama yoluna gitmektedir (Schimke, 2019).

2.4.4 Paylaşan Ebeveynlik Sonuçları

Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin çeşitli olumlu ve olumsuz sonuçları olduğu bilinmektedir. Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin olumlu ve olumsuz sonuçları ile ilgili detaylı bilgiler ilgili alt başlıklar altında yer almaktadır.

2.4.4.1 Paylaşan Ebeveynlik Olumlu Sonuçları

Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin sosyal medyada kendini var etme, yakın çevreden ve diğer ebeveynlerden destek alma, psikolojik iyi hissetme halini sağlama gibi olumlu sonuçları bulunmaktadır (Ayhan & Öztürk, 2021).

Chalklen ve Anderson (2017), yaptıkları bir araştırmada ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemini aile ve yakın çevreleri ile etkileşim kurmanın ve kurdukları etkileşimin devamını sağlamanın bir yolu olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Buradan hareketle ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin olumlu bir sonucu olarak aile ve yakın çevreleriyle etkileşim kurma fırsatı elde ettikleri söylenebilir. Bir başka araştırma sonucuna göre ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemini iyi ebeveynlik yaptıklarını sergilemek, kendilerini belirli açılardan yansıtmak ve onaylatmak için gerçekleştirdikleri görülmektedir. Buradan hareketle ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin olumlu bir sonucu olarak iyi ebeveynlik yaptıklarını sergileme, kendilerini belirli açılardan yansıtmak ve onaylatma yoluyla psikolojik iyi hissetme halini yakaladıkları ve sosyal medyada kendilerini var ettikleri söylenmektedir (Kumar & Schoenebeck, 2015). Ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemlerinin olumlu sonuçları arasında sosyal medya platformları aracılığıyla diğer

ebeveynlerle bilgi alışverişi yaparak psikososyal destek görmeleri de sayılmaktadır (Wagner & Gasche, 2018). Ebeveynler paylaşılan ebeveynlik eylemleri yoluyla sosyal medya platformlarında kendileri, çocukları ya da herhangi bir konu ile ilgili diğer ebeveynlerle bilgi ve tecrübe paylaşabilme fırsatı yaratmaktadır (Livingstone & Blum Ross, 2017). Ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili deneyimlerini paylaşmalarının, diğer ebeveynlerle bağlantılar kurmalarını ve bilgi alışverişinde bulunmalarını sağladığı böylece benzer konular hakkında bilgisi ve tecrübesi olan ebeveynlerin birbirlerine yardımcı olduğu ve destek sağladığı düşünülmektedir (Bartholomew ve ark., 2012). Örnek olarak; uyku düzeni, beslenme, eğitim, ek gıdaya geçiş süreci gibi konularda deneyim sahibi ebeveynlerin, farklı yöntemler ve ipuçları paylaşarak diğer ebeveynlerle fikirlerini tecrübe ve deneyimlerini paylaşabilmeleri söylenebilir. Bu paylaşımların, ebeveynler arasında bir iletişim ağı oluşturulmasına ortam hazırlayarak, ebeveynlere birbirlerinin deneyimlerinden öğrenme ve gelişme fırsatları sunduğu düşünülebilir. Ayrıca, özellikle ölümcül hastalığa sahip, ciddi bir sağlık sorunuyla mücadele eden, hasta çocuğa sahip ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eylemlerinin olumlu bir sonucu olarak kendileri ile aynı mücadeleye sahip bireylerle etkileşim kurma imkânına sahip olmayı ve çocukları için destekleyici bir ortam oluşturmayı vurguladıkları görülmektedir (Sherman ve ark., 2016).

2.4.4.2 Paylaşılan Ebeveynlik Olumsuz Sonuçları

Ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eylemlerinin hak ihlallerine sebebiyet verme, ebeveyn – çocuk ilişkisini zedeleme, pedofili ve istismara açık hale getirme, gizlilik ve güvenlik riskleri oluşturma gibi olumsuz sonuçları olduğu bilinmektedir (Ayhan & Öztürk, 2021) .

Rymanowicz (2018), yaptığı çalışmada ebeveynlerin paylaşılan ebeveynlik eylemleri bağlamında çocukları ile ilgili izin almadan, kişisel bilgileri içeren

paylaşımlar yapmalarının çocuklarının mahremiyetini ihlal etme, fikirlerini göz ardı etme, bedenleri ile ilgili algılarına zarar verme gibi olumsuz sonuçları olduğunu ortaya koymaktadır. Fisher ve Taub (2019) ise yaptıkları çalışmada, ebeveynlerin paylaştan ebeveynlik eylemleri bağlamında yaptıkları paylaşımlarda çocuklarının fiziksel ve gelişimsel özelliklerine, sık kullandıkları mekânların adına ya da konum bilgisine yer vermelerinin çocuğa kötü amaçları doğrultusunda ulaşmak isteyen bireylere bilgi sunma gibi olumsuz sonuçları olduğunu belirtmektedir. Ebeveynlerin paylaştan ebeveynlik eylemlerinin olumsuz sonuçları arasında ebeveynlerin çocukları ile ilgili küçük düşürücü, utandırıcı paylaşımlar yapmalarının çocuklarının zorbalığa maruz kalmalarına sebebiyet verebileceği de vurgulanmaktadır (Haley, 2020). Vurgulanan bu sonuca ek olarak ebeveynleri tarafından sürekli fotoğrafları ya da videoları çekilen ve paylaşılan çocukların bu anlamda ebeveynlerini model alabilecekleri ve ilerleyen zamanlarda özel anlarının, özel görüntülerinin paylaşılmasını normal olarak algılayabilecekleri düşünülmektedir (Albayrak, 2020). Ebeveynlerin paylaştan ebeveynlik eylemlerinin olumsuz sonuçları arasında ebeveynlerin ticari kaygılarla çeşitli markalarla anlaşarak “ işbirliği ” adı altında çocuklarının fotoğraflarını çekmeleri ve bunu ekonomi sektöründe kullanarak çocuklarını ekonomik olarak istismar etmeleri yer almaktadır (Parsa & Akmeşe, 2019).

2.5 Alan Yazın ve İlgili Araştırmalar

Bu bölümde paylaştan ebeveynlik ile ilgili alan yazında Dünya’da, Türkiye’de ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde yapılmış çalışmalara ilgili alt başlıklar altında kısaca yer verilmektedir.

2.5.1 Dünya’da Yapılan Araştırmalar

Brosch (2018), Amerika Birleşik Devletleri’nde yaşayan ve çocuğu olan 200 ebeveyn ile ebeveynlerin neden çocuklarının mahremiyetini ihlal ederek çevrimiçi

platformlarda paylaşımlar yaptıklarını ve bu paylaşımların çocuklar üzerinde ne tür etkileri olduğunu belirlemeyi amaçlayan bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada karma yöntemden faydalanmış, ebeveynlere anket uygulamış ve ebeveynlerle yüz yüze görüşmeler yapmışlardır. Araştırma sonuçları ebeveynlerin paylaşım motivasyonlarının sosyal bağları güçlendirme, destek arama ve başarıları kutlama olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, araştırmaya göre birçok ebeveynin çocuklarının mahremiyeti ile ilgili yeterli farkındalığa sahip olmadığı görülmüştür.

Ouvrein ve Verswijvel (2019), ergenler ve ebeveynleriyle ebeveynlerin sharenting motivasyonlarını ve davranışın ergenler üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlayan bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Ergenler ve ebeveynleriyle yüz yüze derinlemesine görüşmeler yaparak ebeveynler ve ergenler arasında bu konuda nasıl bir müzakere süreci olduğunu anlamaya çalışmışlardır. Araştırma sonuçları incelendiğinde, yaklaşık sekiz ebeveynin birinin Facebook'ta çocuğunun sağlık sorunlarını paylaştığı sonucuna ulaşılmaktadır. Ek olarak; ebeveynlerin %79'unun çocukları hakkında hangi içeriklerin paylaşılabilceği ile ilgili aile üyeleriyle iletişim kurduğu görülmektedir. Araştırma sonuçlarına göre ebeveynlerin sharenting motivasyonları eğitim tavsiyeleri, sosyal etkileşim, izlenim yönetimi ve bilgi arşivleme olarak yer almaktadır.

Manotipya ve Ghazinour (2020), 51 farklı ülkeden 1300 ebeveynle ebeveynlerin çocuklarının çevrimiçi mahremiyetlerine bakış açısını anlayabilmek amacıyla bir anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonuçları incelendiğinde ebeveynlerin en yaygın paylaşım yaptıkları sosyal medya platformunun Facebook olduğu görülmüştür. Araştırma sonuçları ebeveynlerin çocuklarının çevrimiçi mahremiyetleriyle ilgili endişe düzeylerinin yüksek olduğunu buna karşın ebeveynlerin farkındalık düzeylerinin düşük olduğunu ortaya koymuştur.

Ebeveynlerin yaş grubu ayırt etmeksizin çocukları ile ilgili paylaştıkları ilk 10 bilginin sırasıyla cinsiyet, isim, doğum tarihi ve yaş, kendileri ile ilgili fotoğraflar ya da videolar, E-posta adresleri, aile üyelerinin fotoğrafları ya da videoları, okul adı, favorileri, aile durumu ve posta adresi / yeri ya da posta kodu olduğu görülmüştür. Ebeveynlerin paylaşım yapma davranışları çocuklarının yaş grupları bağlamında incelendiğinde; çocukları ile ilgili en yüksek oranda içerik paylaşan ebeveyn grubunun 0-5 yaş arası çocuğu olan ebeveynlerden oluştuğu (%73) görülmüştür. Çocuklarına ait en düşük oranda içerik paylaşan ebeveyn grubunun ise 14-17 arası çocuğu olan ebeveynlerden oluştuğu görülmüştür.

Yapılan bir başka araştırmada çeşitli sosyal medya platformlarında çocuklarına ait içerikler paylaşan 246 ebeveynle deneysel bir çalışma yürütülmüştür. Çalışma kapsamında bir grup ebeveyne paylaşan ebeveynlik riskleri hakkında video izletilmiş başka bir gruba ise hem video izletilmiş hem de gruptan izletilen video ile ilgili kısa bir özet yazılması istenmiştir. Kontrol grubundaki ebeveynlere ise müdahale edilmemiştir. Sonuçlar incelendiğinde deney gruplarındaki ebeveynlerin davranış ile ilgili tutumlarının anlamlı bir şekilde değiştiği ve paylaşım yapma sıklığının azaldığı ortaya konulmuştur. Bununla birlikte davranışın risklerinin anlatıldığı videoyu izleyip yazılı özet yazan grubun yalnızca videoyu izleyen gruba göre davranışa ilişkin tutumlarında daha fazla değişim meydana geldiği görülmüştür (Williams Ceci ve ark., 2021).

Garmendia, Martinez ve Garitaonandia (2022), 9-17 yaş aralığındaki İspanyol çocukların sharenting deneyimlerini incelemeyi amaçlayan bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonuçları incelendiğinde, katılan çocukların %19'unun ailelerinin kendilerine sormadan sosyal medya platformlarında çeşitli içerikler paylaştıklarını belirttiği görülmektedir. Araştırma sonuçları, ailelerin sosyal medya paylaşımlarından

kız çocuklarının daha çok etkilendiğini vurgulamaktadır. Sonuçlara göre kız çocuklarının ailelerinden yayınladıkları içerikleri silmelerini isteme oranlarının erkek çocuklarına oranla daha yüksek olduğu görülmektedir. Ek olarak; araştırmada çocuklarına internet kullanma konusunda rehberlik eden ve çocuklarının sosyal medyada rahatsız oldukları şeyler hakkında çocuklarıyla konuşan ailelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ilişkin daha az içerik paylaştıkları vurgulanmaktadır.

Das (2023), İngiltere’de 0-18 yaş aralığında çocuğu olan ebeveynlerle ebeveynlerin çocuklarının hayatlarıyla ilişkili olarak platform algoritmalarına ilişkin anlayışları ve buna bağlı yaklaşımlarını araştırmayı amaçlayan bir araştırma yapmıştır. Araştırmada 30 ebeveynle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları, aynı ebeveynin yaklaşımının ebeveynlik sürecinde değişebileceğini, ebeveynlerin anlayışlarının bağlama ve platforma bağlı olarak da değiştiğini ebeveynler arasındaki algoritmalar ve verileştirme hakkındaki bilgilerinin eşit dağılmadığını vurgulamaktadır.

Zhu, Wang ve Chen (2024), 16 Çinli anneyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yaparak ebeveynlerin ve çocuklarının sharenting’i nasıl anlamlandırdıklarını Anneler ve çocukları arasındaki dinamikler, ergenler ve ebeveynleri arasındaki dinamikler, rıza, gizlilik ve kimlik konuları açısından incelemeyi amaçlayan bir araştırma yapmışlardır. Araştırmaya sharenting ile ilgili bakış açılarının incelenebilmesi için 21 ergeni de dâhil etmişlerdir. Araştırmada, katılımcıların birincil paylaşım motivasyonu olarak dökümantasyonun vurgulanmalarına rağmen paylaşım motivasyonunun temelini kimlik yönetimi olduğunu ortaya koymaktadır.

2.5.2 Türkiye’de Yapılan Araştırmalar

Eroğlu (2018), annelerin sosyal medyada hangi amaçlarla içerik paylaştıklarını ve sonucunda neler olduğunu öğrenmek amacıyla Instagram uygulamasını aktif kullanan 13 anne ile içerik analizi ve derinlemesine görüşmeler yaparak bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada, derinlemesine görüşmeler analiz edilerek Instagram kullanan annelerin eğilimlerinin neler olduğu ortaya konulmuştur. Araştırma sonucunda, annelerin çocuklarının mahremiyeti konusunda ortak bir görüş birliğine sahip olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Altun (2019), okul öncesi dönem çocuklarının bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanma durumlarını, dijital ayak izlerini ve ailelerinin dijital ebeveynlik rollerini ve faaliyetlerini araştırmak amacıyla 628 okul öncesi dönemdeki ocuk ve aileleri ile bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma, betimsel tarama modelinde, kesitsel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Araştırma verileri anketler aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, ailelerin %68’inin çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaştığı ve iki yaşından önceki dönemde paylaşım oranı %36.94 iken iki yaş sonrası paylaşım oranı %31.06 olarak yer almaktadır. Ek olarak, 105 ebeveynin çocuklarıyla beraber teknolojik uygulamalar kullandıkları görülürken, 61 ebeveynin çocuklarına teknolojik uygulamaları kullanmayı öğretmekle ilgili sorumluluk aldıkları grlmektedir.

Aslan ve Durmuş (2020), 4-6 yaş aralığında çocuğu olan ve çocuğu anaokuluna devam eden 401 anne ile Annelerin bilgi paylaştıkları sosyal medya platformlarını, bilgi paylaşım sıklıklarını, paylaşım yapma gerekçelerini incelemeyi amaçlayan bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada okul öncesi eğitime devam eden çocukların annelerine anket uygulamışlardır. Anket sonuçları incelendiğinde; ankete katılan annelerin %83,7’sinin sosyal medya hesaplarında çocukları ile ilgili görüntü

paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ek olarak paylaşım yapan annelerin %48,1'inin paylaşım yapmayı doğru bulduğunu belirttiği görülürken, %36,7'sinin paylaşım yapmayı onaylamamasına rağmen çocuğuna ait görüntüleri paylaştığını belirttiği görülmüştür. Annelerin % 47,4'ünün paylaşımlarının içeriğini özel günlerdeki kutlamalar oluşturmaktadır. Annelerin % 45,8'i paylaşım yapma gerekçelerini paylaşım yoluyla hatıra biriktirme (arşivleme) olarak belirtmişlerdir.

Baştemur, Borucu ve Bulut (2021), tarafından gerçekleştirilen bir başka araştırmada ünlü bir ebeveynin Instagram hesabı paylaşan ebeveynlik olgu incelemesi kapsamında ele alınmıştır. Çalışmada dokümantasyon analizinden faydalanılmıştır. Araştırma sonuçları ebeveynin hesabında yer alan gönderilerin %83'ünün çocuğu hakkında olduğunu ortaya koymuştur. Ebeveynin yaptığı paylaşımların içeriği incelenmiş ve paylaşımların içeriğinin dört ana tema altında toplandığı görülmüştür. Bu temalar özel ve gizli bilgiler, özel kıyafetler, duygusal anlar ve ticari amaçlar olarak belirtilmiştir. Bundan hareketle yapılan paylaşımların içeriğinin çocuğun boyu, kilosu, doktoru ve okulu gibi gizli tutulması gereken bilgileri içerdiği ve iç çamaşırı ve bornoz gibi özel kıyafetler, çocuğun öfkelenildiği, ağladığı veya sevindiği görüntülere yer verilen paylaşımların sıklıkla yapıldığı görülmüştür. Çocuğun içeriğinde yer aldığı bazı paylaşımların amacının maddi kazanç elde etmek olduğu tespit edilmiştir.

Omur ve Uyar (2022), tarafından Türkiye'de yaşayan ve 13 yaşından küçük çocuğu olan 20 sosyal medya kullanıcısı ebeveyn ile ebeveynlerin çocukları ile ilgili sosyal medya paylaşım eğilimlerini belirlemeyi amaçlayan bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonuçları incelendiğinde, katılımcıların gizlilik ayarlarına önem verdiği, paylaşımlarını yakın çevrelerinin ve tanıdıklarının gördüğünü vurguladıkları görülmektedir. Katılımcıların 24 saat sonunda kaybolacağını gerekçesiyle çocukları

ile ilgili hikâye paylaşımlarının çocuklarının güvenliği ve mahremiyeti açısından tehdit oluşturmayacağını düşündükleri görülmektedir.

Cansızlar (2023), sharenting davranışına maruz kalan beliren yetişkinlik dönemindeki 30 öğrenci ile katılımcıların sharenting davranışına maruz kalma deneyimlerine yönelik görüşlerini derinlemesine incelemeyi amaçlayan bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada görüşme tekniğinden yararlanılmış ve bu bağlamda bireysel görüşmeler ve odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları, katılımcıların ailelerinin sharenting davranışına karşı en çok başvurdukları baş etme yönteminin paylaşımı kaldırmak olduğunu göstermektedir. Ek olarak; ailelerinin sharenting davranışıyla baş etmeye gereksinim duymayan katılımcıların olduğu da görülmüştür. Araştırmada, katılımcıların sharenting davranışlarıyla ilgili ailelerinden beklentilerinin paylaşım için kendilerinden izin alma, paylaşımın hedef kitlesini kontrol etme, sosyal medyadaki izlenim yönetimlerine saygı duyma, mahremiyete dikkat etme ve kendileriyle empati kurma olduğu vurgulanmaktadır.

Karataş ve Aydoğan (2024), 2017-2023 yılları arasında çalışılmaya başlanan sharenting kavramının bibliyometrik özetini çıkartmayı amaçlayan bir çalışma yapmışlardır. Araştırmada bibliyometrik analiz yöntemi ve VOSviewer haritalama analizinden yararlanılmışlardır. Çalışma örneklemine Web of Science veri tabanından 95 araştırma makalesi dâhil edilmiştir. Araştırmaya sonuçları incelendiğinde, kavrama ilişkin çalışmaların yıllar geçtikçe arttığı sonucuna ulaşılmaktadır. 2017 yılında kavramla ilgili 2 çalışma yapılırken, 2022 ve 2023 yıllarına bakıldığında kavramla ilgili 23 çalışma yapıldığı görülmektedir. Kavramla ilgili en çok yayın yapan ülkeler arasında Amerika'nın ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, en çok atıf alan yazarlar Blum-Ross, Alicia (124 atıf), Livingstone, Sonia (124 atıf), Verswijvel, Karen (77 atıf) olarak verilmektedir. Ortak anahtar kelimeler

incelendiğinde, sharenting, social media, children, parents, privacy kelimeleri öne çıkmaktadır. Kavramla ilgili 95 yayında toplam 816 atıf yapıldığı görülmektedir.

2.5.3 Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Yapılan Araştırmalar

Müezzin (2022), 190 ebeveyn ile sharenting kavramı ile ebeveynlerin ve çocukların demografik değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlayan bir araştırma yapmıştır. Araştırmada ebeveynlere çevrimiçi anket uygulanmış ve ebeveynlerin sosyal medya hesaplarında paylaştıkları fotoğraflar incelenmiştir. Araştırma sonuçları incelendiğinde, ebeveynlerin %26,8’inin çocukları hakkındaki ilk paylaşımlarını çocuklarının doğumunda yaptıkları görülmektedir. Ebeveynlerin %23,2’sinin ise çocukları hakkındaki ilk paylaşımlarının çocukları iki yaşını geçtikten sonra yaptıklarını belirttikleri görülmektedir. Ebeveynlerin çocukları hakkındaki paylaşımlarını yaptıkları kitle incelendiğinde, katılımcıların %60’ının çocuklarıyla ilgili içerikleri yakın arkadaş ve akrabaları ile paylaşmayı tercih ettikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Ancak katılımcıların %10’u ise çocuklarıyla ilgili içerikleri herkese açık paylaştıklarını belirtmektedir. Katılımcılar çocuklarına ait içerikleri herkesle paylaşma gerekçelerini paylaştıkları kitleyi yüz yüze de tanımlarına dayandırmaktadır.

Bölüm 3

YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, araştırma evreni ve örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama araçları ile veri toplama araçlarının uygulanması ve elde edilen verilerin çözümlenmesinde kullanılan istatistiksel yöntem ve teknikler açıklanmaktadır.

3.1 Araştırmanın Modeli

Bu araştırma ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde yaşayan ve 4 – 6 yaş çocuğu olan annelerin paylaştan ebeveynlik eylemlerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma, amaç doğrultusunda karma yöntem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Karma yöntem, araştırma yapan kişinin tasarladığı çalışmalar içinde nicel ve nitel yaklaşımlara ilişkin kavram, yaklaşım ve yöntemleri birleştirmesi olarak tanımlanmaktadır (Creswell, 2017). Karma yöntem araştırmaları yalnızca bir yöntemin kullanıldığı araştırmalarda gözden kaçırılabilir farklı görüş ve anlayışları ortaya çıkarmaya uygundur ve geniş çaplı ya da karmaşık araştırma sorularının geniş ve eksiksiz bir şekilde yanıtlanmasına olanak sağlamaktadır (Johnson & Onwuegbuzie, 2004). Bu araştırmada nicel yöntem kullanılarak elde edilen bulguları detaylandırarak sunmak, artırmak ve açıklamak için nitel yöntemin sonuçlarından destek alınmaktadır. Bu bağlamda araştırma karma araştırma desenlerinden Creswell (2017) Sıralı – Açıklayıcı desen esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Sıralı – Açıklayıcı desen, nicel veriler ile elde edilen bulguların nitel yöntem ve veriler ile daha derinlemesine incelenmesine olanak vermektedir (Creswell, 2017). Sıralı – Açıklayıcı

desende ağırlık genellikle nicel verilere verilmekte, nitel verilere esas olarak nicel verileri artırmak için başvurulmaktadır. Analiz aşamasında veri analizlerinin birbirleriyle ilişkili olduğu görülmekte ve veriler genellikle yorumlama ve tartışma aşamasında birleştirilmektedir (Baki & Gökçek, 2012).

3.2 Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Çalışma Grubu

Bu araştırmanın evrenini, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin Gazimağusa ve Girne illerinde yaşayan 4-6 yaş aralığında çocuğu olan anneler oluşturmaktadır.

Bu araştırmanın nicel örneklem grubunu Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Gazimağusa ve Girne'de yaşayan ve 4 – 6 yaş çocuğu olan 302 anne oluşturmaktadır. Çalışma grubunun belirlenebilmesi için kartopu örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Kartopu örnekleme yöntemi, çalışma konusu ile ilgili olduğu düşünülen bir kişinin referans olarak seçilmesi ve bu kişi aracılığı ile diğer kişilere ulaşılması şeklinde tanımlanmaktadır (Biernacki & Waldorf, 1981). Araştırmanın nicel çalışma grubunu oluşturan annelere Gazimağusa 'da ve Girne'de bulunan okul öncesi eğitim veren kurumlar belirlenerek kurumlardaki öğretmenler aracılığıyla iletişime geçilebilen, araştırma konusu ile ilgili referans alınabilecek annelere ulaşılarak o annelerin referans olduğu diğer annelerle görüşülerek ulaşılmıştır. Bu bağlamda Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Girne'de bulunan bir devlet ve üç özel okul öncesi eğitim kurumu ve Mağusa'da bulunan dört devlet ve on bir özel okul öncesi eğitim kurumu ziyaret edilerek buradaki öğretmenlerin referans gösterdiği annelere ulaşılarak annelerin tavsiye ettiği diğer annelerle görüşülerek ulaşılmıştır.

Araştırmanın nitel boyutunda, çalışma grubu nicel boyutta veri toplama sürecinde kendisi ile iletişime geçilen gönüllü 302 anne arasından seçilen 31 anneden oluşmaktadır.

3.3 Veri Toplama Araçları

Araştırmanın nicel verileri Ezgi Alemdar tarafından 2022 yılında geliştirilen “Sharenting Ölçeği” ve Tuğba Kopuz tarafından 2021 yılında geliştirilen “Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği” kullanılarak toplanmıştır. Nitel veriler ise araştırmacı ve danışmanı tarafından oluşturulan “Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu” ile toplanmıştır. “Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu” alanında yetkin uzmanların görüşleri alınarak oluşturulmuş, düzenlenmiş ve son şeklini alarak uygulanmıştır. Ayrıca annelerin demografik bilgilerine ulaşabilmek için, araştırmacı tarafından hazırlanan “Demografik Bilgi Formu” kullanılmıştır. Bu bölümde kullanılan veri toplama araçlarına ilişkin ayrıntılara yer verilmektedir.

3.3.1 Demografik Bilgi Formu

Araştırmada annelerin demografik verilerini toplamak amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Demografik Bilgi Formu yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, sahip olunan çocuk sayısı, meslek, teknoloji kullanım sıklığı şeklinde altı değişkenden oluşmaktadır.

3.3.2 Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği

Bu ölçek Ezgi Alemdar tarafından annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini ölçmek ve paylaşan ebeveynlik eylemlerinin ölçümünden alınan puanların çeşitli demografik değişkenler bakımından farklılaşma düzeylerini incelemek üzere 2021 yılında geliştirilmiştir.

Ölçek 17 madde ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar sırasıyla paylaşım davranışı, sosyal karşılaştırma davranışı, olumlu geri bildirim etkisi ve olumsuz geri bildirim etkisidir. Bu bağlamda ölçeğin 1,2,3,4,5,6. maddelerinin paylaşım alt boyutu ile ilişkili olduğu ve ölçeğin 14,15,16,17. maddelerinin ise sosyal karşılaştırma davranışı ile ilişkili olduğu görülmektedir. Ölçeğin 7,8,9,10.

maddelerinin olumlu geri bildirim etkisi ile ilişkili olduğu görülürken 11,12,13. Maddelerin ise olumsuz geri bildirim etkisi alt boyutu ile ilişkili olduğu görülmektedir.

Ölçeğin 5’li likert tipi ölçek puanlama ile değerlendirildiği bilinmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken bir nokta olarak ölçeğin olumsuz geri bildirim etkisi ve sosyal karşılaştırma davranışı alt boyutlarının maddelerinin ters kodlandığı vurgulanmaktadır. Ölçekten alınan toplam puanın paylaştan ebeveynlik eylemlerinin yüksek olduğunu gösterdiği ortaya konulmaktadır. Ölçeğin Cronbach’s alfa iç tutarlılık katsayısı $\alpha=.73$ olarak verilmektedir.

3.3.3 Sharenting Ölçeği

Bu ölçek Tuğba Kopuz tarafından 2021 yılında geliştirilmiştir. Bu ölçeğin amaçları ebeveynlerin sharenting düzeylerini ölçen bir ölçek geliştirmek, geliştirilen ölçek yardımıyla ebeveynlerin Kullanımlar ve Doyumlar Kuramından hareketle giderdikleri ihtiyaçları belirlemek ve ebeveynlerin sharenting puanlarını çeşitli değişkenler açısından incelemek olarak belirtilmektedir.

Ölçek formu 31 maddeden oluşmaktadır. Ölçekteki maddelerin Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı çerçevesinde kategorilere ayrıldığı görülmektedir. Bu kategorilere bilişsel, duyuşsal, bilişsel-duygusal, bütünleştirici ve kaçış ihtiyacı olmak üzere beş boyutta yer verilmektedir. Bilişsel İhtiyaçlar 8, Duyuşsal İhtiyaçlar 9, Kaçış İhtiyacı 5, Bütünleştirici İhtiyaçlar 4 ve Bilişsel-Duygusal İhtiyaçlar 5 maddeden oluşmaktadır. Bu ölçeğin güvenilirlik katsayısının belirlenmesi için Cronbach Alfa katsayısı kullanılmıştır. Ölçek faktörlerine ve ölçeğe ilişkin Cronbach Alfa katsayıları incelendiğinde Cronbach Alpha (α) katsayısının 0.80’in üzerinde olduğu görülmüş ve ölçeğin genel güvenilirliğinin sağlandığı belirtilmiştir.

Ebeveynlerin paylaştan ebeveynlik yapma düzeylerini belirlemek için eşit aralıklı ölçeğe yönteminden faydalanılmıştır. Bunun sonucunda ölçeğin başlangıç

noktası, ölçeğin aritmetik puan ortalaması olan 101; birim aralığı ise ölçeğin standart sapma değeri olan 28 olarak kabul edilmiştir. Ölçekten elde edilebilen en düşük puanın 31, en yüksek puanın ise 155 olduğu belirtilmiştir. Ölçekten elde edilebilen en düşük puan ile ölçeğin aritmetik ortalamasının bir standart sapma eksiği (31-73 puan) düşük düzey, düşük düzeyin üst değerinin bir fazlası ile ölçeğin aritmetik ortalamasının bir standart sapma fazlası (74-129 puan) orta düzey, orta düzeyin üst değerinin bir fazlası ile ölçekten elde edilebilen en yüksek puan aralığı (130-155) yüksek düzey olarak kabul edilmiştir.

3.3.4 Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Araştırmada nicel yöntem kullanılarak elde edilen bulguları detaylandırarak sunmak, artırmak ve açıklamak amacıyla araştırmacı ile danışmanı tarafından uzman görüşü alınarak oluşturulan açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formundan yararlanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacının, sorulacak soruları önceden hazırlaması ve soruları katılımcılara sorması gerekmektedir (Polat, 2022). Araştırma kapsamında araştırmacı ve danışmanı tarafından 13 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Daha sonra bu form düzenlenerek 9 soruluk yeni bir yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Oluşturulan 9 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu son şeklini alması için alanında uzman 4 kişiye gönderilmiştir. Uzmanlardan alınan dönütler doğrultusunda yarı yapılandırılmış görüşme formu güncellenerek 10 soruluk son halini almıştır. Katılımcıların cevapladıkları yarı yapılandırılmış görüşme soruları aşağıda yer almaktadır.

3.3.4.1 Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

- 1. Sosyal medya platformlarından hangisini / hangilerini kullanıyorsunuz?**

- 1.1. Çocuğunuzla ilgili paylaşım yaptığınız sosyal medya platformları var mı? Eğer var ise hangi sosyal medya platformlarında çocuğunuzla ilgili paylaşımlar yapıyorsunuz?
2. Sosyal medya platformlarında çocuğunuzla ilgili ne tür içerikler paylaşıyorsunuz?
 - 2.1. Çocuğunuzla ilgili yaptığınız paylaşımların formatı nelerdir? (Video, yazı, fotoğraf vb.)
 - 2.2. Çocuğunuzla ilgili yaptığınız paylaşımların içeriği nelerdir? (Doğum günleri, başarı hikâyesi, gelişimi ile ilgili önemli olaylar, günlük yaşantımız, ailece yapılan etkinlikler, çocukla yapılan etkinlikler vb.)
3. Sosyal medya platformlarında çocuğunuzla ilgili ne sıklıkla paylaşım yapıyorsunuz?
4. Sosyal medya platformlarında çocuklarla ilgili paylaşım yapan kişileri (influencer) takip ediyor musunuz? Eğer ediyorsanız, takip ettiğiniz kişilerin çocuklar hakkında paylaştıkları içerikler ne ile ilgilidir?
5. Sosyal medya platformlarında çocuğunuz ile ilgili paylaşım yaparken nelere dikkat ediyorsunuz?
 - 5.1. Sosyal medya platformlarında çocuğunuz ile ilgili “Asla paylaşmam!” dediğiniz neler var?
6. Sosyal medya platformlarında çocuğunuz ile ilgili yaptığınız paylaşımlara yapılan yorumlar nelerdir? Biraz anlatır mısınız? Yapılan yorumları genel olarak olumlu olarak mı yoksa olumsuz olarak mı değerlendiriyorsunuz?

- 6.1. Sosyal medya platformlarında çocuğunuz ile ilgili yaptığınız paylaşımlara aldığınız yorumlardan sizi çok mutlu eden, sizi çok öfkeliendiren ya da sizi çok üzen bir yorumu benimle paylaşır mısınız?
7. Sosyal medya platformlarında çocuğunuz ile ilgili yaptığınız paylaşımları çocuğunuz gördüğü zaman ne yapıyor?
8. Sosyal medya platformlarında çocuğunuz ile ilgili paylaşım yaparken çocuğunuzdan izin alıyor musunuz?
9. Sosyal medya platformlarında çocuğunuz ile ilgili yaptığınız paylaşımların yetişkinlik dönemine geldiği zaman çocuğunuzu nasıl etkileyeceğini düşünüyorsunuz?
10. Sosyal medya platformlarını kullanırken aldığınız güvenlik önlemleri nelerdir? Benimle paylaşır mısınız?

3.4 Veri Toplama Süreci

Araştırma veri toplama sürecine gelene kadar planlı ve sistematik olarak titizlikle yürütölmüştür. Veri toplama süreci başlamadan önce kararlaştırılmış olan yöntemler gözden geçirilmiş ve kullanılacak olan veri toplama araçları sistematik bir şekilde hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği için ölçekleri oluşturan araştırmacılardan ölçek kullanım izinleri alınmıştır (Ek 1 ve Ek 2). Araştırma için okul öncesi eğitim veren kurumlardan destek alınacağından öncelikle Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı'ndan gerekli izinler alınmıştır (Ek 3). Milli Eğitim Bakanlığı'ndan gerekli izinlerin alınmasının ardından Doğu Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan araştırma için gerekli izinler alınmıştır (Ek 4). Araştırmanın veri toplama aşamasında ise, ilk olarak araştırmacı tarafından okul öncesi eğitim veren kurumlar ziyaret edilerek okullarda bulunan müdür, müdür yardımcıları veya sorumlu

öğretmenler ile görüşülmüştür. Kişiler araştırmanın içeriği ile ilgili bilgilendirilmiş ve Milli Eğitim Bakanlığı ve Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan alınan izin belgeleri gösterilmiştir. Yöneticilerden sözlü izinler alındıktan sonra öğretmenlerle görüşülmüştür. Öğretmenler araştırmanın içeriği ile ilgili bilgilendirilmiş ve Milli Eğitim Bakanlığı ve Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan alınan izin belgeleri gösterilmiştir. Öğretmenlerden araştırmaya katılabilecek annelere ulaşabilmek için destek istenmiştir. Öğretmenler araştırma için yardımcı olabileceğini düşündükleri annelerle iletişim kurmak için aracı olmuştur. Öğretmenlerin referans gösterdiği annelere ulaşılarak, ulaşılan ve araştırma için gönüllü olan annelerin referans olduğu diğer gönüllü annelerle de görüşülerek süreç devam etmiştir. Araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden katılımcılara araştırmaya başlamadan önce bilgilendirilmiş onam formları dağıtılarak araştırma ile ilgili gerekli bilgiler iletilmiş ve araştırmanın etik, gizlilik, gönüllülük gibi temel ilkelerine yönelik prosedürler aktarılmıştır (Ek 5). Araştırmaya katılmayı kabul eden anneler ile yüz yüze ya da telefon görüşmeleri aracılığıyla iletişime geçilmiş ve annelere ölçekleri yüz yüze mi yoksa çevrimiçi olarak mı doldurmak istedikleri sorulmuştur. Çevrimiçi doldurmak isteyen annelere araştırmacı tarafından Google Forms üzerinden oluşturulan çevrimiçi form (Ek 6) WhatsApp uygulaması aracılığıyla ulaştırılmıştır. Yüz yüze doldurmak isteyen annelere ise ölçekler hemen o an basılı olarak verilerek ulaştırılmış ve anneden hemen o an doldurup teslim etmesi istenmiştir. Bu kapsamda 22 anne yüz yüze doldurmuş, kalan 280 anne ise Google Forms üzerinden oluşturulan çevrimiçi formu doldurmayı tercih etmiştir. Yüz yüze doldurulan formlar araştırmacı tarafından olduğu gibi, hiçbir değişiklik yapılmadan çevrimiçi formlara işlenmiştir. Araştırmanın ilk kısmına katılan annelere yarı yapılandırılmış görüşmeye katılmak isteyip istemedikleri sorulmuştur. Görüşmeye katılmayı kabul eden annelere ikinci aşama için yeni

bilgilendirilmiş onam formları dağıtılarak araştırma ile ilgili gerekli bilgiler iletilmiş ve araştırmanın etik, gizlilik, gönüllülük gibi temel ilkelerine yönelik prosedürler aktarılmıştır (Ek 7). Görüşmeye katılmayı kabul eden anneler ile görüşmeler annelerin belirledikleri müsait bir zamanda, evlerinin müsait bir odasında gerçekleştirilmiş ve en uzun görüşme 6 dakika 17 saniye sürerken, en kısa görüşme 2 dakika 4 saniye sürmüştür. Görüşmeler ortalama 3 dakika 21 saniye sürmüştür. Görüşmeler sırasında ses kaydı alınmıştır. Görüşmeler sırasında katılımcılara herhangi bir müdahalede bulunulmamıştır. Müdahale etmeden alınabilecek en fazla yanıt alınmaya çalışılmıştır.

3.5 Veri Analizi

Nicel veri analizinde IBM SPSS 25.0 programı kullanılmıştır. Analizlerde tanımlayıcı istatistikler frekans (n), yüzde (%), ortalama ($\bar{X}$), standart sapma (SS), minimum ve maksimum değerler olarak belirtilmiştir.

Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeklerinin normal dağılım hipotezine uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmak suretiyle tespit edilmiş ve parametrik test yöntemleri tercih edilmiştir.

Kişisel bilgilerine göre değişkenlerin grup puanları farklılaşma durumu incelenirken normal dağılım varsayımını sağlayan değişkenlerin iki grup karşılaştırmalarında “Bağımsız Örneklem T Testi” üç ve üzeri grup karşılaştırmalarında “ANOVA” kullanılmıştır.

Parametrik testlerin kullanılmasından grup farkı için Post Hoc testi yapılmış ve grup ortalamaları parametrik çoklu karşılaştırma testi olan Bonferroni metoduyla incelenmiştir.

Ayrıca Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği ve alt boyutlarının arasındaki ilişki incelenirken parametrik test yöntemlerinden “Pearson Korelasyon” analizi tercih edilmiştir.

Ulaşılan bütün sonuçlarda istatistiki anlamlılık $p<0,05$ seviyesinde değerlendirilmiştir.

Nitel veri analizinde annelerle yapılan görüşmelerden elde edilen veriler, tümevarımcı bir analiz türü olan içerik analiziyle incelenmiştir. İçerik analizi, araştırma sürecinde toplanan verilerin daha ayrıntılı bir şekilde analiz edilmesini sağlayarak, bu verilerden hareketle anlamlı kodlar ve kavramlar oluşturulmasına imkân tanımaktadır. Kodlama işlemi, veri içerisindeki anahtar kelime ve ifadelerin belirlenmesiyle başlayarak, bu ögelerden yola çıkarak kavramların ve temaların yapılandırılmasına dayanmaktadır.

Nitel araştırmada araştırmacının temel amacı, topladığı tanımlayıcı ve detaylı verilerden hareketle araştırma problemini daha derinlemesine incelemek, bu problemi açıklayacak temaları keşfetmek ve elde edilen verileri düzenleyerek anlamlı ve sistematik yapılar geliştirmektir. Bu süreçte araştırmacı, topladığı verilere dayanarak ya yeni bir kuram oluşturmayı ya da mevcut bir kuramı doğrulamayı amaçlar.

Nitel verilerin içerik analizi yöntemiyle işlenmesi dört temel aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada, veriler belirli kodlara ayrılmakta ve bu kodlar aracılığıyla verideki ana fikirler veya önemli noktalar belirlenmektedir. İkinci aşamada, verilerdeki ortak yönleri ortaya koymak amacıyla temalar geliştirilmekte; bu temalar, verinin genel yapısına ve araştırma sorusuna göre belirlenmektedir. Üçüncü aşamada ise, oluşturulan kodlar ve temalar daha düzenli bir yapıya kavuşturularak bir araya getirilmekte, bu aşama verilerin sistematik bir bütünlük oluşturmasını sağlamaktadır. Son aşamada, bulgular tanımlanmakta ve yorumlanmakta; bu, verinin anlamlandırılma sürecinin bir parçası olup araştırmanın sonuçlarına ulaşmayı sağlamaktadır.

Bu analiz süreci, araştırmacının toplanan verileri olabildiğince derinlemesine incelemesine, gözden kaçabilecek kavram ve ilişkileri keşfetmesine, böylelikle

araştırma konusu hakkında daha bütüncül ve derin bir anlayış geliştirmesine olanak tanımaktadır (Baltacı, 2017; Şimşek ve Yıldırım, 2011; Akt: Baltacı, 2019).

Araştırmada analiz verileri Miles ve Huberman'ın (1994) Güvenilirlik = Görüş Birliği/ Görüş Birliği+ Görüş Ayrılığı formülü kullanılarak hesaplanmıştır. Ebeveyn verileri için güvenilirlik %95,6 ($533/533+24*100=\%95,6$) elde edilmiştir. Güvenilirlik formülü ile hesaplanan sonucun %70'in üzerinde olması durumunda değerlendiriciler arasında güvenilirlik sağlanmış olmaktadır (Miles & Huberman, 1994). Bu yüksek güvenilirlik oranı ile nitel verilerinin analizinde tek değerlendirmeci ile analize devam edilmiştir.

3.6 Geçerlilik ve Güvenilirlik

3.6.1 Normallik Analizi

Seçer (2015, s. 28)¹ normal dağılım varsayımının; 'çarpıklık ve basıklık' değerleri bakılarak değerlendirmenin daha doğru bir yaklaşım olduğunu değerlendirmektedir.

Her iki ölçeğin alt boyutlarının normal dağılım hipotezine uyup uymadığını belirlemek için çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmıştır.

Tablo 1'de ölçeklerin basıklık ve çarpıklık katsayılarına ilişkin değerler verilmektedir.

Tablo 1: Ölçeklerin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Ölçekler	N	Çarpıklık	Basıklık
Paylaşan Ebeveynlik	302	-,223	-,330
Paylaşım Davranışı	302	,005	-,790
Sosyal Karşılaştırma Davranışı	302	-1,045	,158
Olumlu Geri Bildirim Etkisi	302	,148	-1,252

¹Seçer, İ. (2015). Spss ve Lisrel ile Pratik veri Analizi, 2. Baskı. ss: 28, Anı Yayıncılık, Ankara.

Olumsuz Geri Bildirim Etkisi	302	-,993	-,062
Sharenting	302	,244	-,606
Bilişsel İhtiyaç	302	-,072	-,513
Duyuşsal İhtiyaç	302	-,013	-,808
Bilişsel-Duygusal İhtiyaç	302	,129	-,818
Bütünleştirici İhtiyaç	302	,236	-,889
Kaçış İhtiyacı	302	,777	-,414

Tabachnick ve Fidell (2013), çarpıklıkla basıklık değerlerinin +1,5 ve -1,5 değerlerinin arasında olduğu hallerde normal dağılımın sağlandığını kabul etmektedir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda değişkenlerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

3.6.2 Güvenilirlik Analizi

Bu bölümde; veri toplama aracı olarak tercih edilen Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği alt boyutlarına yönelik iç tutarlılık analizi yapılmıştır.

Cronbach's Alpha değerlerinin kriterleri aşağıdaki gibidir;

α değeri,

$0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise Güvenilir değil

$0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise Düşük güvenilirlikte

$0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise Oldukça güvenilir

$0,80 \leq \alpha \leq 1,00$ ise Yüksek güvenilirdir. (Özdamar, 1999, s. 513)².

Tablo 2’de ölçeklerin iç tutarlılık katsayılarına ilişkin değerler verilmektedir.

² Özdamar, K. (1999) Paket Program ile İstatistiksel veri Analizi, Kaan Kitabevi, 2.

Tablo 2: Güvenilirlik Analizi Bulguları

Ölçek	n	Cronbach's Alpha
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği	302	.742
Paylaşım Davranışı	302	.887
Sosyal Karşılaştırma Davranışı	302	.876
Olumlu Geri Bildirim Etkisi	302	.924
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi	302	.864
Sharenting	302	.968
Bilişsel İhtiyaç	302	.814
Duyuşsal İhtiyaç	302	.924
Bilişsel-Duygusal İhtiyaç	302	.924
Bütünleştirici İhtiyaç	302	.918
Kaçış İhtiyacı	302	.883

Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği alt boyutlarına yönelik iç tutarlılık analizi sonuçları incelendiğinde Cronbach's Alpha değerleri ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu ($0,60 \leq \alpha$) ve çalışmada kullanılmasında bir sakınca olmadığını göstermektedir (Özdamar, 1999, s. 513)

3.7 Araştırmanın Etik Prosedürü

Araştırmanın etik prosedürünü sağlamak amacı ile araştırmanın kısa planı (tez önerisi) hazırlanarak Doğu Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na sunulmuştur. Kuruldan gelen onay ile araştırmanın etik izni (Ek 4) alınarak, araştırmaya başlanmıştır. Ek olarak; Araştırma için kullanılan Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği için ölçekleri oluşturan araştırmacılardan ölçek kullanım izinleri alınmıştır (Ek 1 ve Ek 2). Araştırma için okul öncesi eğitim veren kurumlardan destek alınacağından Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı'ndan

gerekli izinler alınmıştır (Ek 3). Katılımcılara araştırmanın amacı, süreci, toplanacak veri türü, gizlilik politikaları ve çekilme hakkı hakkında bilgi vermek amacıyla bilgilendirilmiş onam formları dağıtılmıştır (Ek 5 ve Ek 7) Araştırma verileri, yalnızca araştırma amaçları doğrultusunda kullanılmıştır.

Bölüm 4

BULGULAR

Bu bölümde araştırma soruları çerçevesinde yapılan analiz sonuçları sunulmakta ve bulgular yorumlanmaktadır.

4.1 Katılımcıların Kişisel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan 302 anneye ait kişisel bilgiler Tablo 3’ te sunulmaktadır.

Tablo 3: Annelerin Kişisel Özelliklerine Göre Dağılımları n=302

		n	%
Yaş	18-24	15	5,0
	25-34 yaş	151	50,0
	35-44 yaş	109	36,1
	45 yaş+	27	8,9
Eğitim Durumu	İlkokul/Ortaokul	24	7,9
	Lise	71	23,5
	Ön Lisans	53	17,5
	Lisans	116	38,4
	Lisansüstü	38	12,6
Çalışma Durumu	Evet	182	60,3
	Hayır	120	39,7
Çocuk Sayısı	1	136	45,0
	2	134	44,4
	3	32	10,6

Tablo 3'te görüldüğü üzere araştırmaya katılan annelerin %5,0 oranında 18-24 yaş arası, %50,0 oranında 25-34 yaş arası, % 36,1 oranında 35-44 yaş arası ve % 8,9 oranında 45 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir.

Annelerin eğitim durumları incelendiğinde; %7,9 oranında ilkokul/ortaokul, %23,5 oranında lise, %17,5 oranında ön lisans, %38,4 oranında lisans ve %12,6 oranında lisansüstü mezunu olan kişilerden oluştuğu görülmektedir.

Annelerin çalışma durumları incelendiğinde; çalışan annelerin oranının %60,3 iken çalışmayan annelerin oranının %39,7 olduğu görülmektedir.

Annelerin çocuk sayıları incelendiğinde; Annelerin %45,0 oranında 1 çocuğa, %44,4 oranında 2 çocuğa ve %10,6 oranında 3 çocuğa sahip oldukları görülmektedir.

4.2 Değişkenlere Yönelik Betimsel Analiz Sonuçları

Araştırmanın değişkenleri; Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği ve alt boyutlardan oluşmaktadır.

Değişkenlerle ilgili tanımlayıcı istatistiklere Tablo 4'te yer verilmektedir.

Tablo 4: Değişkenlere Yönelik Betimsel Analiz Sonuçları

Ölçek	N	Min	Maks	Ort	SS
Paylaşan Ebeveynlik	302	30,00	72,00	53,39	8,10
Paylaşım Davranışı	302	5,00	25,00	13,38	5,04
Sosyal Karşılaştırma Davranışı	302	4,00	20,00	16,73	3,77
Olumlu Geri Bildirim Etkisi	302	4,00	20,00	11,41	5,33
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi	302	3,00	15,00	11,88	3,49
Sharenting	302	1,00	5,00	2,61	,90
Bilişsel İhtiyaç	302	1,00	5,00	2,89	,96
Duyuşsal İhtiyaç	302	1,00	5,00	2,94	1,03
Bilişsel-Duygusal İhtiyaç	302	1,00	5,00	2,68	1,09
Bütünleştirici İhtiyaç	302	1,00	5,00	2,53	1,11

Kaçış İhtiyacı	302	1,00	5,00	2,03	1,05
----------------	-----	------	------	------	------

Araştırmaya katılan annelerin Paylaşan Ebeveynlik Ölçeğine verdikleri yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=53,39$), Paylaşım Davranışı yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=13,38$), Sosyal Karşılaştırma Davranışı yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=16,73$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=11,41$), Olumsuz Geri Bildirim Etkisi yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=11,88$) olarak belirlenmiştir.

Annelerin Sharenting Ölçeğine verdikleri yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=2,61$), Bilişsel İhtiyaç yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=2,89$), Duyuşsal İhtiyaç yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=2,94$), Bilişsel-Duygusal İhtiyaç yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=2,68$), Bütünleştirici İhtiyaç yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=2,53$), Kaçış İhtiyacı yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X}=2,03$) olarak belirlenmiştir.

4.3 Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemleri Ve Eylemleri Sergileyerek Giderdikleri İhtiyaçlar

Bu bölümde annelerin teknoloji kullanım sıklıkları, en çok kullandıkları sosyal medya platformları, paylaşım yaptıkları sosyal medya platformlarında, ne tür içerikleri, ne sıklıkla, hangi influencerları takip ederek, nelere dikkat ederek ve nasıl güvenlik önlemleri alarak paylaştıkları ve paylaşan ebeveynlik eylemlerine yönelik sosyal medya çevrelerinden aldıkları yorumlar, çocuklarının bu paylaşımlara tepkileri, annelerin bu paylaşımların yetişkinlik döneminde çocukları üzerindeki etkilerine yönelik düşünceleri çerçevesinde analiz sonuçları sunulmakta ve bulgular yorumlanmaktadır.

4.3.1 Annelerin Teknoloji Kullanım Sıklıkları Ve En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarına Ait Bulgular

Araştırmaya katılan annelerin teknoloji kullanım sıklıkları ve en çok kullandıkları sosyal medya platformlarının dağılımlarına ait sonuçlara Tablo 5’ te yer verilmektedir.

Tablo 5: Annelerin Teknoloji Kullanım Sıklıkları ve En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarının Dağılımları

		n	%
Sosyal Medya Platformları	Facebook	171	56,6
	Instagram	274	90,7
	WhatsApp	278	92,1
	YouTube	186	61,6
	Twitter	79	26,2
	TikTok	33	10,9
	Snapchat	26	8,6
Teknoloji Kullanım Sıklıkları	1 saatten daha az	22	7,3
	1-3 saat	140	46,4
	4-6 saat	93	30,8
	7-9 saat	31	10,3
	9 saat ve üzeri	16	5,3

Tablo 5’te görüldüğü üzere annelerin %56,6 oranında Facebook,%90,7 oranında Instagram, %92,1 oranında WhatsApp, %61,6 oranında YouTube, %26,2 oranında Twitter, %10,9 oranında TikTok ve %8,6 oranında Snapchat kullandıkları görülmektedir.

Annelerin teknoloji kullanım sıklıkları incelendiğinde; %7,3 oranında 1 saatten az, %46,4 oranında 1-3 saat, %30,8 oranında 4-6 saat, %10,3 oranında 7-9 saat ve %5,3 oranında 9 saat ve üzerinde teknoloji kullandıkları görülmektedir.

4.3.2 Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemlerini Sergilemek İçin Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarına Ait Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde “Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini sergilemek için kullandıkları sosyal medya platformları hangileridir?” sorusuna ilişkin cevaplar değerlendirilmektedir.

Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini sergilemek için kullandıkları sosyal medya platformlarının hangileri olduğuna ilişkin vermiş oldukları cevaplar Tablo 6’da düzenlenmiştir. Annelerin görüşleriyle oluşturulan bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 6: Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemlerini Sergilemek İçin Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarına Ait Bulgular

	Kategori	Sosyal Medya Platformları
Paylaşan Ebeveynlik	Alt Temalar*	n
	Instagram	28
	Facebook	18
	WhatsApp	7
	Twitter	3
	TikTok	1
	YouTube	1

*Katılımcılar birden fazla alt tema tercih edilmiştir.

Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini sergilemek için kullandıkları sosyal medya platformlarına ilişkin verdikleri yanıtlar kodlanmış ve 7 ayrı alt tema oluşturulmuştur.

Oluşturulan alt temalar incelendiğinde, 28 katılımcının “Instagram”, 18 katılımcının “Facebook”, 7 katılımcının “WhatsApp”, 3 katılımcının “Twitter”, 1 katılımcının “TikTok”, 1 katılımcının “YouTube” cevabını verdikleri görülmektedir.

Annelerin paylaştan ebeveynlik eylemlerini sergilemek için kullandıkları sosyal medya platformlarına ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 6: Instagramı çok kullanıyorum. Facebook’u da çok kullanmıyorum... Kullanıyorum desem yalan olur ama... Kullanıyorum. Bir de Twitter’ı kullanıyorum.

Katılımcı 11: Instagram, Facebook ama çok kullanmıyorum Facebook’u yani açık ama bir şeyler paylaşıyorum.

Katılımcı 16: Instagram, Facebook daha aktif. Twitter da var ama... Kullanmıyorum.

4.3.3 Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları İle İlgili Tutum ve Davranışlarına Ait Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde “Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili tutum ve davranışları nasıldır?” sorusuna ilişkin cevaplar değerlendirilmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili tutum ve davranışlarının nasıl olduğuna ilişkin vermiş oldukları cevaplar Tablo 7’de düzenlenmiştir.

Annelerin görüşleriyle oluşturulan bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 7: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları İle İlgili Tutum ve Davranışlarına Ait Bulgular

Kategori	Sosyal Medya Platformlarında Çocukları ile ilgili Tutum ve Davranışlar	
Tema	Alt Temalar*	n
	Evet	31
	Instagram	24

Çocuklarına Ait Paylaşım Yapma Durumu ve Paylaşma Kanalları	Facebook	12
	WhatsApp	1
	Hayır	1
Paylaşılan İçerik Türü (n=30)	Fotoğraf	31
	Video	15
	Yazı	11
Paylaşım İçeriği	Özel Günler	18
	Seyahat / Tatil / Gezi Anıları	10
	Yapılan Aktiviteler	10
	Günlük Yaşantı	8
	Çocuğun Aile ile Birlikte Olduğu Anlar	6
	Çocuğun Başarıları	1
	Çocuğun Komik Anları	1

*Katılımcılar birden fazla alt tema tercih edilmiştir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili paylaşım yapma durumuna ilişkin verdikleri yanıtlar kodlanmış ve alt temalar oluşturulmuştur.

Oluşturulan alt temalar incelendiğinde, 30 katılımcının çocuğu ile ilgili paylaşım yaptığı ve paylaşım kanallarının ise 24 katılımcının “Instagram”, 12 katılımcının “Facebook”, 1 katılımcının “WhatsApp” olduğu saptanırken 1 katılımcının çocuğu ile ilgili paylaşım yapmadığı görülmektedir.

Annelerin çocukları ile ilgili paylaşım yapma durumuna ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 1: Instagramda çok nadir böyle yüzü gözükmeyecek şekilde felan birkaç bazen özel günlerde felan paylaştığım oluyor. Ama o da eee belli bir sürede sonra yok olan şey var ya 24 saatlik hikâye kısmında paylaşıyorum.

Katılımcı 7: Var. Facebook. Genelde çocuğumun özel günlerini kullanıyorum. Mutlu olduğumuz, ailecek çekildiğimiz fotoğrafları kullanıyorum. Onlar çok hoşuma gidiyor. Paylaşmayı seviyorum.

Annelerin tamamının çocuğu ile ilgili paylaşım kanallarında (n=31) fotoğraf paylaştığı, 15 katılımcının “Video”ve 11 katılımcının “Yazı” paylaştığı belirlenmiştir.

Annelerin paylaşım kanallarında paylaştıklarının içerikleri incelendiğinde 18 katılımcının “Özel Günler”, 10 katılımcının “Seyahat / Tatil / Gezi Anıları”, 10 annenin “Yapılan Aktiviteler”, 8 katılımcının “Günlük Yaşantı”, 6 katılımcının “Çocuğun Aile ile Birlikte Olduğu Anlar”, 1 katılımcının “Çocuğun Başarıları”, 1 katılımcının “Çocuğun Komik Anları” içeriklerini paylaştığı görülmektedir.

Annelerin çocukları ile ilgili paylaşım türlerine ve paylaşım içeriklerine ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 4: Bazen aktivitelerden kesitler. / Yani daha çok dediğim gibi çok fazla çocuk ağırlıklı paylaşımlar yapmıyorum. Paylaşım yapsam da işte Pazar gününden ufak bir alıntı, bir aktivite vesaire. / Daha çok gittiğimiz gezdiğimiz yerler.

Katılımcı 11: Zaten üç tane şey paylaştım. Biri doğum günü biri de normal özel bir andı resim çektim öyle paylaştım. Biri de doğduğunu artık... İlan etmek gibi olmasın ama öyle yani.

Katılımcı 25: Özel günler. Mesela bale gösterisine gittiğinde bale gösterisini, videosu. Ya da ailecek bir fotoğrafını. Ya da o an bahçede oynuyorsa çok hoşuma gittiyse bir etkinlik yaptıysa. O tarz.

4.3.4 Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları İle İlgili Yapmış Oldukları Paylaşımlara Ait Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde “Anneler sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili ne sıklıkta paylaşım yapmaktadır ve paylaşımlarda çocuklarından izin almakta mıdır” sorusuna ilişkin cevaplar değerlendirilmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili yapmış oldukları paylaşımların sıklık ve izin durumlarına vermiş oldukları cevaplar Tablo 8’de düzenlenmiştir.

Tablo 8: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları İle İlgili Yapmış Oldukları Paylaşımların Sıklığına ve İzin Alma Durumlarına Ait Bulgular

Kategori	Paylaşım Sıklığı ve İzin Alma Durumu
Alt Temalar	n
Paylaşım Sıklığı	Ayda Bir
	Haftada Bir
	Yılda Bir
Paylaşım İçin İzin Alma Durumu	Evet
	Bazen
	Hayır

Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili yapmış oldukları paylaşım alışkanlıklarına ilişkin verdikleri yanıtlar kodlanmış ve alt temalar oluşturulmuştur.

Paylaşım sıklığı incelendiğinde, 23 katılımcının çocuğu ile ilgili paylaşım sıklığının ayda bir, 5 katılımcının haftada bir ve 3 katılımcının yılda bir çocuğu ile ilgili paylaşım yaptığı görülmektedir.

Annelerin çocukları ile ilgili paylaşım yapma sıklıklarına ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 5: Çocuğumla alakalı dediğim gibi doğum gününden doğum gününe, bir yere çıkılmışsa, gezmeye gidilmişse, özel bir partideyse onunla alakalı çekerim paylaşırım.

Katılımcı 8: Yani genellikle çocuğumun güzel şeyler yaptığı zamanki ya da ne bileyim işte eee, bir oyun bir şey oynuyorsak beraber yaptığımız oyunları paylaşabiliyorum.

Katılımcı 12: Yani aslında öyle bir günü yok ama hoşuma giden şeyleri paylaşıyorum. Mesela bir günde üç tane de olabilir ama bir hafta hiçbir şey paylaşmıyor da olabilirim. Öyle özellikle bir hani burada paylaşayım gibi bir durum yok.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarıyla ilgili yaptıkları paylaşımlar için çocuklarından izin alma durumları incelendiğinde, 16 katılımcının çocuklarından izin aldığı, 3 katılımcının çocuklarından bazen izin aldığı 12 katılımcının çocuklarından izin almadığı görülmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarıyla ilgili yaptıkları paylaşımlar için çocuklarından izin alma durumlarına ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 13: Evet alıyorum. Yani haber veriyorum. “Anneciğim bak resmini çekelim mi?” “Bunu paylaşalım mı?” diye. Ondan onay verirse.

Katılımcı 12: Yani izin almıyorum tabi. Ama birlikte mesela çektiğimi görüyor. Hatta çektiğimi gördüğü zaman mesela yaptığı şeyleri bazen yapmamaya çalışıyor ya da bazen şımarıyor. E, böyle sesini az önce yaptığı gibi şımarık konuşma tarzında ıı değiştirebiliyor. Ya da bazen kendi özellikle isteyebiliyor “Anne selfie çekelim mi?” diye. Çünkü benden duydu o kelimeyi. Ya da birlikte fotoğraf çekilelim fofofof diyor böyle çekilelim diye. Kendi söylüyor yani. Ya da bir poz verip “Beni burada fofofof çekebilir misin anne?” de diyebiliyor yani.

4.3.5 Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocuklarla İlgili İçerik Paylaşan

Kişileri (İnfluencer) Takip Etme Durumuna Ait Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde “Anneler sosyal medya platformlarında çocuklarla ilgili hangi tür içerikleri paylaşan kişileri (influencer) takip etmektedir?” sorusuna ilişkin cevaplar değerlendirilmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarla ilgili içerik paylaşan kişileri (influencer) takip etme durumlarına ilişkin vermiş oldukları cevaplar Tablo 9’da düzenlenmiştir.

Tablo 9: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları İle İlgili Tutum ve Davranışlarına Ait Bulgular

Kategori		Influencer Takip Etme
Tema	Alt Temalar*	n
Influencer Takip Etme Durumu	Evet	18

	Hayır	13
	Günlük Yaşantı	5
	Sağlık / Psikoloji	4
	Kıyafet	3
	Özel Günler	2
	Eğitim	1
Takip Edilen Influencer'ın Paylaşım İçeriği	Hepsi	3

*Katılımcılar birden fazla alt tema tercih edilmiştir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarla ilgili içerik paylaşan kişileri (influencer) takip etme durumuna ilişkin verdikleri yanıtlar kodlanmış ve alt temalar oluşturulmuştur.

Oluşturulan alt temalar incelendiğinde, 18 katılımcının çocuklarla ilgili içerik paylaşan kişileri (influencer) takip ettiği 13 katılımcının ise çocuklarla ilgili içerik paylaşan kişileri (influencer) takip etmediği görülmektedir.

Çocuklarla ilgili içerik paylaşan kişileri (influencer) takip eden annelerin takip ettiği içerikler incelendiğinde 5 katılımcının “günlük yaşantı”, 4 katılımcının “Sağlık / Psikoloji”, 3 katılımcının “Kıyafet”, 2 katılımcının Özel Günler, 1 katılımcının “Eğitim” ile ilgili içerikleri takip ettiği ve 3 katılımcının ise ifade edilen içeriklerin tamamını takip ettiği belirlenmiştir.

Annelerin çocuklarla ilgili içerik paylaşan kişileri (influencer) takip etme durumuna ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 1: Özellikle takip etmiyorum. Ama çevremde öyle kişiler olduğu için sosyal medya hesabımda var çünkü arkadaşlarım kendileri. / Genelde çocuklarını paylaşıyorlar işte çocuklarının giyimlerini... Giyim kodları felan veriyorlar. Yani bunu bir eee sermaye olarak gördükleri için o şekilde kullanıyorlar onlarla karşılaşıyorum. Ama dediğim gibi özellikle takip etmiyorum onlar benim yakın çevrem ve arkadaşım olduğu için takip ediyorum.

Katılımcı 3: Uzman olarak takip ettiğim pedagoglar var ve bu şeyi, çocuk doktorlarını takip ediyorum. / Yani bu ilaç kullanımı... Nasıl ilaç kullanımı olsun? Çocukların hastalıkları... Bir hastalık belirtisi olabilir hani bunlarda ne gibi şey yapabiliriz önlem alınabilir ya da ne bileyim çocukta herhangi bir morarmada nasıl bir yol izleyebiliriz? Herhangi bir boğulmalarda? Onun için ilkyardım tarzı bilgiler alıyorum.

Katılımcı 6: Evet, ediyorum. / Genellikle beraber geçirdikleri vakitler oluyor. Onları paylaşıyorlar ya da eğitimleri hakkında paylaşım yapıyorlar onları çok takip ederim zaten. , genel olarak bunları görüyorum ben.

4.3.6 Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları ile İlgili Paylaşımlarında Nelere Dikkat Ettiğine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde “Anneler sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili paylaşımlarında nelere dikkat etmektedir?” sorusuna ilişkin cevaplar değerlendirilmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili paylaşımlarında nelere dikkat ettiğine ilişkin vermiş oldukları cevaplar Tablo 10’da düzenlenmiştir.

Annelerin görüşleriyle oluşturulan bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 10: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Çocukları İle İlgili Paylaşımlarında Nelere Dikkat Ettiğine İlişkin Bulgular

Kategori		Paylaşımlarda Dikkat Edilen Noktalar
Tema	Alt Temalar*	n
Güvenlik ve Gizlilik	Çocuğun Bedeninin Teşhir Edildiği Paylaşımlar Yapmamak	11
	Hedef Kitleyi Sınırlandırmak	7
	Paylaşılan İçeriklerde Çocuğun Yüzüne Yer Vermemek	4
Duygusal ve Psikolojik Dikkat	Çocuğu Rencide Edebilecek İçerikleri Paylaşmamak	7

	Çocuğun Dış Görünüşünün İyi Durumda Olduğu İçerikleri Paylaşmak	5
	Çocuk Tarafından Onaylanan İçerikler Paylaşmak	1
Paylaşım Sıklığı ve Amacı	Sık Paylaşım Yapmamak	3
	Anı Biriktirmek İçin İçerik Paylaşmak	1
Ebeveyn ve Çocuk Onayı	Ebeveynlerin Her İkisi Tarafından Onaylanan İçerikler Paylaşmak	1
	Çocuk Tarafından Onaylanan İçerikler Paylaşmak	1
Diğer	Herhangi Bir Şeye Dikkat Etmiyorum	2

*Katılımcılar birden fazla alt tema tercih edilmiştir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili paylaşımlarında nelere dikkat ettiğine ilişkin verdikleri yanıtlar kodlanmış 4 tema ve bu temalara ait alt temalar oluşturulmuştur.

Oluşturulan temalar ve bu temalara ait alt temalar incelendiğinde, Duygusal ve Psikolojik Dikkat teması altında 7 katılımcının çocuğu rencide edebilecek içerikleri paylaşmamak, 5 katılımcının çocuğun dış görünüşünün iyi durumda olduğu içerikleri paylaşmak olarak cevap verdiği görülmektedir.

Güvenlik ve Gizlilik teması altında 11 katılımcının çocuğun bedeninin teşhir edildiği paylaşımlar yapmamak, 7 katılımcının hedef kitleyi sınırlandırmak, 4 katılımcının paylaşılan içeriklerde çocuğun yüzüne yer vermemek olarak cevap verdiği görülmektedir.

Paylaşım Sıklığı ve Amacı teması altında 3 katılımcının sık paylaşım yapmamak, 1 katılımcının anı biriktirmek için içerik paylaşmak olarak cevap verdiği görülmektedir.

Ebeveyn ve Çocuk Onayı teması altında 1 katılımcının ebeveynlerin her ikisi tarafından onaylanan içerikler paylaşmak, 1 katılımcının çocuk tarafından onaylanan içerikler paylaşmak olarak cevap verdiği görülmektedir.

Diğer tema altında ise 2 katılımcının herhangi bir şeye dikkat etmemek olarak cevap verdiği görülmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili paylaşımlarında nelere dikkat ettiğine ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 1: Yani yüzünün net bir şekilde çıkmaması. İleride ona tehlike arz edecek videolar veya fotoğraflar kesinlikle ve rencide edici bir fotoğraf kesinlikle paylaşmıyorum. Şimdi böyle şekiller felan var instagramlarda tiktoklarda kulaklı, burunlu, ağzı eğri dişler felan o rencide edici şekilde paylaşımlar yapmıyorum.

Katılımcı 6: Çocuğum ilk doğduğu zamanlarda yüzünü paylaşmamaya dikkat ediyordum ve yani kendi özel yani mahrem olan yerlerini çok teşhir edecek fotoğraf video paylaşmayı da çok sevmiyorum. Yani, özel hayatını korumaya çalışıyorum diyebilirim.

Katılımcı 8: Yani küçükken hani kendisine anı olsun diye büyüdüğünde hani daha doğrusu bunları hani geçmişe dönüp baktığımızda yaptığımız şeyleri hani görmesi için hani özellikle amacım bu paylaşımda.

4.3.7 Annelerin Sosyal Medya Platformlarını Kullanırken Aldıkları Güvenlik

Önlemlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde “Anneler sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili paylaşımlarında nelere dikkat etmektedir?” sorusuna ilişkin cevaplar değerlendirilmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarını kullanırken aldıkları güvenlik önlemlerine ilişkin vermiş oldukları cevaplar Tablo 11’de düzenlenmiştir.

Annelerin görüşleriyle oluşturulan bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 11: Annelerin Sosyal Medya Platformlarını Kullanırken Aldıkları Güvenlik Önlemlerine İlişkin Bulgular

Kategori	Alınan Güvenlik Önlemleri
Alt Temalar*	n
Gizli Hesap Kullanmak	25
Yalnızca Tanıdıklarla Etkileşime İzin Vermek	24
Paylaşılan İçeriklere Etkileşimi Kapatmak	4
Çift Taraflı Doğrulama / Şifre Kullanmak	2
Sürekli Paylaşım Yapmamak	1
Herhangi Bir Önlem Almamak	1

*Katılımcılar birden fazla alt tema tercih edilmiştir.

Annelerin sosyal medya platformlarını kullanırken aldıkları güvenlik önlemlerine ilişkin verdikleri yanıtlar kodlanmış 6 alt tema oluşturulmuştur.

Oluşturulan alt temalar incelendiğinde, 25 katılımcının gizli hesap kullanmak, 24 katılımcının yalnızca tanıdıklarla etkileşime izin vermek, 4 katılımcının paylaşılan içeriklere etkileşimi kapatmak, 2 katılımcının çift taraflı doğrulama /şifre kullanmak, 1 katılımcının sürekli paylaşım yapmamak, 1 katılımcının anı herhangi bir önlem almamak olarak cevap verdiği görülmektedir.

Diğer tema altında ise 2 katılımcının herhangi bir şeye dikkat etmemek olarak cevap verdiği görülmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarını kullanırken aldıkları güvenlik önlemlerine ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 1: Evet. Gizlilik önlemi. Herkese kapalı mesela belli kişileri aileyle etrafımdaki ailem felan onlar dışında etkileşime izin vermiyorum. Yorumlar kapalı. Mesaj atma felan... Onların hepsini kapatıyorum.

Katılımcı 4: Ne gibi? / hesabım gizli değil. Ondan dolayı açıkçası bunu çok yapamıyorum. Takipçi sayısı arttıkça işte bu yüzden nadiren paylaşım yapıyorum. Benim için önlem bu. Sürekli paylaşım yapılmaması.

Katılımcı 6: öncelikle şifremi kimseyle paylaşmam. , kendi eşime bile çok hani şifre paylaşımında bulunmayı sevmem. Şifreyi uzun tutmaya çalışırım. Sadece

güvendiğim sevdiğim kişileri eklerim. Şöyle bir şey daha vardır internete girdiğimizde de hani izin ver kısmına bakıldığında da ben onlara izin vermiyorum genellikle engellerim. Çocuğuma hakaret ve onu üzecek yorumlar olduğunda da o görmeden onları sildiğim de oluyor engellediğim de oluyor.

4.3.8 Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Paylaşan Ebeveynlik Davranışları Sergilemelerine Yönelik Sosyal Medya Çevrelerinden Aldıkları Yorumlara İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde “Annelerin sosyal medya platformlarında paylaşan ebeveynlik davranışları sergilemelerine yönelik sosyal medya çevrelerinden aldıkları yorumlar nelerdir?” sorusuna ilişkin cevaplar değerlendirilmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında paylaşan ebeveynlik davranışları sergilemelerine yönelik sosyal medya çevrelerinden aldıkları yorumlara ilişkin vermiş oldukları cevaplar Tablo 12’de düzenlenmiştir.

Annelerin görüşleriyle oluşturulan bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 12: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Paylaşan Ebeveynlik Davranışları Sergilemelerine Yönelik Sosyal Medya Çevrelerinden Aldıkları Yorumlara İlişkin Bulgular

	Kategori	Sosyal Medya Çevrelerinden Alınan Yorumlar
Temalar	Alt Temalar*	n
	Çocuğun Güzel / Sevimli Olduğuna Dair Yorumlar	11
	Çocuğun Nazardan Korunması İçin Yapılan Yorumlar	9
Yorum Türleri	Çocuğun Büyümesi ve Gelişimi Hakkındaki Yorumlar	6
	İfade Bırakma / Emoji Gönderme	4
	Tebrik Etmek İçin Yapılan Yorumlar	4

	Anneye Yönelik Eleştiri İçeren Yorumlar	1
Yorumlara Verilen Tepkiler	Herhangi Bir Değerlendirme Yapmamak	2
	Olumlu Değerlendirmek	1
	Olumsuz Değerlendirmek	1

*Katılımcılar birden fazla alt tema tercih edilmiştir.

Annelerin sosyal medya platformlarında paylaştan ebeveynlik davranışları sergilemelerine yönelik sosyal medya çevrelerinden aldıkları yorumlara ilişkin verdikleri yanıtlar kodlanmış 2 tema ve bu temalara ait alt temalar oluşturulmuştur.

Oluşturulan temalar ve alt temalar incelendiğinde, yorum türleri teması altında 11 katılımcının çocuğun güzel / sevimli olduğuna dair yorumlar, 9 katılımcının çocuğun nazardan korunması için yapılan yorumlar, 6 katılımcının çocuğun büyümesi ve gelişimi hakkındaki yorumlar, 4 katılımcının ifade bırakma / emoji gönderme, 4 katılımcının tebrik etmek için yapılan yorumlar, 1 katılımcının anneye yönelik eleştiri içeren yorumlar olarak cevap verdiği görülmektedir.

Yorumlara verilen tepkiler teması altında 2 katılımcının herhangi bir değerlendirme yapmamak, 2 katılımcının olumlu değerlendirmek, 2 katılımcının olumsuz değerlendirmek olarak cevap verdiği görülmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında paylaştan ebeveynlik davranışları sergilemelerine yönelik sosyal medya çevrelerinden aldıkları yorumlara ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 1: Yorum gelmiyor çünkü çok fazla paylaşım yapmıyorum. Zaten yorum gelmesini de istemediğim için iyi ve kötü düşünmediğim için o yüzden paylaşım yapmıyorum. / Yani çok takmıyorum açıkçası olumlu olumsuz takmıyorum.

Katılımcı 4: Şöyle söyleyeyim. Benim sayfam hani kendi kişisele açıkçası çok fazla önem vermediğim için sayfa üzerinden de çok yorum almıyorum. Klasik Türk yorumları... “Allah nazarlardan saklasın.” Vesaire... / Çok fazla yorum almıyorum çocuğumla ilgili. Maksimum benim aldığım kişisel olarak kızımın bana benzemediğine dair yorumlar.

4.3.9 Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Paylaşan Ebeveynlik Davranışları Sergilemelerine Karşı Çocuklarının Vermiş Olduğu Tepkilere İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde “Annelerin sosyal medya platformlarında paylaşılan ebeveynlik davranışları sergilemelerine karşı çocuklarının tepkileri nelerdir?” sorusuna ilişkin cevaplar değerlendirilmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında paylaşılan ebeveynlik davranışları sergilemelerine karşı çocuklarının vermiş olduğu tepkilere ilişkin vermiş oldukları cevaplar Tablo 13’te düzenlenmiştir.

Annelerin görüşleriyle oluşturulan bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 13: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Paylaşan Ebeveynlik Davranışları Sergilemelerine Karşı Çocuklarının Vermiş Olduğu Tepkilere İlişkin Bulgular

	Kategori	Çocukların Vermiş Olduğu Tepkiler
Temalar	Alt Temalar*	n
Olumlu Tepkiler	Çocuğum Yaptığım Paylaşımlardan Mutlu Oluyor	15
	Çocuğum Yaptığım Paylaşımlara Şaşıyor	2
	Çocuğum Yaptığım Paylaşımları İzliyor	1
	Çocuğum Yaptığım Paylaşımları Tanıdığı Kişilerin Görüp Görmediğini Soruyor	1
	Çocuğum Yaptığım Paylaşımlardan Mutsuz Oluyor	4

	Çocuğum Yaptığım Paylaşımları Kaldırmamı İstiyor	3
Nötr Tepkiler	Çocuğum Yaptığım Paylaşımları Görmüyor	6
	Çocuğum Yaptığım Paylaşımlara Tepki Vermiyor	4

*Katılımcılar birden fazla alt tema tercih edilmiştir.

Annelerin sosyal medya platformlarında paylaştan ebeveynlik davranışları sergilemelerine karşı çocuklarının vermiş olduğu tepkilere ilişkin verdikleri yanıtlar kodlanmış 3 tema ve bu temalara ait alt temalar oluşturulmuştur.

Oluşturulan temalar ve alt temalar incelendiğinde, olumlu tepkiler teması altında 15 katılımcının çocuğum yaptığım paylaşımlardan mutlu oluyor, 2 katılımcının çocuğum yaptığım paylaşımlara şaşıyor, 1 katılımcının çocuğum yaptığım paylaşımları izliyor, 1 katılımcının çocuğum yaptığım paylaşımları tanıdığı kişilerin görüp görmediğini soruyor olarak cevap verdiği görülmektedir.

Olumsuz tepkiler teması altında 4 katılımcının çocuğum yaptığım paylaşımlardan mutsuz oluyor, 3 katılımcının çocuğum yaptığım paylaşımları kaldırmamı istiyor olarak cevap verdiği görülmektedir.

Nötr tepkiler teması altında 6 katılımcının çocuğum yaptığım paylaşımları görmüyor, 4 katılımcının çocuğum yaptığım paylaşımlara tepki vermiyor şeklinde cevap verdiği görülmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında paylaştan ebeveynlik davranışları sergilemelerine karşı çocuklarının vermiş olduğu tepkilere ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 8: Mutlu oluyor. Seviniyor yani. “Aa anne ben işte şu zamanda böyleymişim”. Yani çok hoşlarına gidiyor.

Katılımcı 6: Bazen çok mutlu oluyor. Yani, “Anne ne güzel çıkmışız çok hoşuma gitti böyle bir daha çekelim”. Falan diyor. Ama bazen de işte hoşlanmadığında , “Ben burda kendi yüzümü beğenmedim siler misin lütfen?” hani ya “Burda böyle davranmışım komik durmuş.” Dedığı zamanlarda da onu kırmıyorum. Siliyorum zaten.

4.3.10 Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Paylaşan Ebeveynlik Davranışları Sergilemelerinin Yetişkinlik Döneminde Çocuklarını Nasıl Etkileyeceğini Düşündüklerine İlişkin Algılarına Ait Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde “Anneler sosyal medya platformlarında paylaşan ebeveynlik davranışları sergilemelerinin yetişkinlik döneminde çocuklarını nasıl etkileyeceğini düşünmektedir?” sorusuna ilişkin cevaplar değerlendirilmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında paylaşan ebeveynlik davranışları sergilemelerinin yetişkinlik döneminde çocuklarını nasıl etkileyeceğini düşündüklerine ilişkin vermiş oldukları cevaplar Tablo 14’te düzenlenmiştir.

Annelerin görüşleriyle oluşturulan bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 14: Annelerin Sosyal Medya Platformlarında Paylaşan Ebeveynlik Davranışları Sergilemelerinin Yetişkinlik Döneminde Çocuklarını Nasıl Etkileyeceğini Düşündüklerine İlişkin Bulgular

	Kategori	Çocukların Nasıl Etkileneceğine İlişkin Düşünceler
Temalar	Alt Temalar*	n
Olumlu Etki	Çocuğumun Mutlu Olacağını Düşünüyorum	6
	Çocuğumun Anılarını Tazeleyeceğini Düşünüyorum	3
Olumsuz Etki	Çocuğumun Kızacağını Düşünüyorum	8
	Çocuğumun Rencide Olacağını Düşünüyorum	4

Nötr Etki	Çocuğuma Olumsuz Bir Etkisi Olacağını Düşünmüyorum	12
-----------	--	----

*Katılımcılar birden fazla alt tema tercih edilmiştir.

Annelerin sosyal medya platformlarında paylaştıkları ebeveynlik davranışları sergilemelerinin yetişkinlik döneminde çocuklarını nasıl etkileyeceğine ilişkin verdikleri yanıtlar kodlanmış 3 tema ve bu temalara ait alt temalar oluşturulmuştur.

Oluşturulan temalar ve alt temalar incelendiğinde, olumlu etkiler teması altında 6 katılımcının çocuğumun mutlu olacağını düşünüyorum, 3 katılımcının çocuğumun anılarını tazeleyeceğini düşünüyorum şeklinde cevap verdiği görülmektedir.

Olumsuz tepkiler teması altında 8 katılımcının çocuğumun kızacağını düşünüyorum, 4 katılımcının çocuğumun rencide olacağını düşünüyorum olarak cevap verdiği görülmektedir.

Nötr tepkiler teması altında 12 katılımcının çocuğuma olumsuz bir etkisi olacağını düşünmüyorum şeklinde cevap verdiği görülmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında paylaştıkları ebeveynlik davranışları sergilemelerinin yetişkinlik döneminde çocuklarını nasıl etkileyeceğine ilişkin örnek ifadeleri şöyledir:

Katılımcı 1: Belki ileride rencide edici bir durum olabilir. Onun sevmediği olabilir o yüzden de onun psikolojisini çok etkilemek istemediğim için de çok kalıcı bir paylaşım yapmamaya dikkat ediyoruz.

Katılımcı 25: Bence mutlu olur. Çünkü ekstra bir şey paylaşmıyorum yani. Genelde, yaşadığımız an, onun mutlu anları.

Katılımcı 23: Hatıra olarak bakıyorum ben. Yani, hatıra olarak görecektir. / Ee, paylaştığım içeriklerin olumsuz bir tarafı olmadığı için olumsuz etkileyeceğini düşünmüyorum.

4.4 Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemlerini Sergileme Düzeyleri ve Giderdikleri İhtiyaçlar

Bu bölümde annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini sergileme düzeyleri ve giderdikleri ihtiyaçlar ile annelerin eğitim durumu, yaşı, çalışma durumu, çocuk sayısı ve teknoloji kullanım sıklığı arasındaki ilişki çerçevesinde analiz sonuçları sunulmakta ve bulgular yorumlanmaktadır.

4.4.1 Annelerin Sharenting Düzeyleri ve Düzey Dağılımlarına İlişkin Sonuçlar

Ölçekten elde edilebilen en düşük puan ile ölçeğin aritmetik ortalamasının bir standart sapma eksiği (31-73 puan) düşük düzey, düşük düzeyin üst değerinin bir fazlası ile ölçeğin aritmetik ortalamasının bir standart sapma fazlası (74-129 puan) orta düzey, orta düzeyin üst değerinin bir fazlası ile ölçekten elde edilebilen en yüksek puan aralığı (130-155) yüksek düzey olarak kabul edilmektedir.

Araştırmaya katılan annelerin sharenting düzeylerine ve düzey dağılımlarına ilişkin sonuçlara Tablo 15’ te yer verilmektedir.

Tablo 15: Annelerin Sharenting Düzeyleri ve Düzey Dağılımları

Düzey	n	%
Düşük	109	36,1
Orta	173	57,3
Yüksek	20	6,6

Araştırmaya katılan annelerin sharenting düzeylerinin %36,1 oranında düşük düzeyde, %57,3 oranında orta düzeyde ve %6,6 oranında yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

4.4.2 Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerine Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde araştırma grubunu temsil eden annelerin sosyo-demografik dağılımlarına göre Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği ve alt boyutlardan elde ettikleri ortalama puanlar arasındaki farklılaşmalar ele alınmaktadır.

4.4.2.1 Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin Eğitim Değişkeni Açısından İncelenmesine İlişkin Bulgular

Tablo 16’da Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting genel ortalama ve alt boyutlarının annelerin eğitim durumuna göre farklılaşmasını gösteren ANOVA sonuçları yer almaktadır.

Tablo 16: Annelerin Eğitim Durumuna Göre Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin İncelenmesine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişkenler	Eğitim	N	$\bar{X}$	Ss	F	p
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği	İlkokul/Ortaokul	24	55,13	9,47	,432	,786
	Lise	71	53,35	7,92		
	Ön Lisans	53	53,38	7,57		
	Lisans	116	53,41	8,63		
	Lisansüstü	38	52,34	6,63		
Paylaşım Davranışı	İlkokul/Ortaokul	24	14,13	6,58	,802	,525
	Lise	71	13,23	4,96		
	Ön Lisans	53	13,49	5,03		
	Lisans	116	13,66	4,88		
	Lisansüstü	38	12,16	4,62		
Sosyal Karşılaştırma Davranışı	İlkokul/Ortaokul	24	16,50	4,27	,204	,936
	Lise	71	16,72	3,61		
	Ön Lisans	53	16,89	3,54		
	Lisans	116	16,57	3,91		

	Lisansüstü	38	17,13	3,76		
	İlkokul/Ortaokul	24	12,67	6,30		
	Lise	71	12,06	5,14		
Olumlu Geri Bildirim Etkisi	Ön Lisans	53	11,08	5,52	,891	,469
	Lisans	116	11,15	5,21		
	Lisansüstü	38	10,68	5,17		
	İlkokul/Ortaokul	24	11,83	3,91		
	Lise	71	11,35	3,69		
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi	Ön Lisans	53	11,92	3,32	,643	,633
	Lisans	116	12,03	3,40		
	Lisansüstü	38	12,37	3,40		
	İlkokul/Ortaokul	24	2,78	1,05		
	Lise	71	2,65	,90		
Sharenting Ölçeği	Ön Lisans	53	2,71	,96	1,144	,336
	Lisans	116	2,60	,82		
	Lisansüstü	38	2,36	,91		
	İlkokul/Ortaokul	24	2,99	1,08		
	Lise	71	2,79	,90		
Bilişsel İhtiyaç	Ön Lisans	53	3,04	1,00	2,163	,073
	Lisans	116	2,98	,92		
	Lisansüstü	38	2,54	,98		
	İlkokul/Ortaokul	24	3,20	1,18		
	Lise	71	3,01	1,01		
Duyuşsal İhtiyaç	Ön Lisans	53	3,03	1,10	1,318	,263
	Lisans	116	2,89	,97		
	Lisansüstü	38	2,67	1,00		
	İlkokul/Ortaokul	24	3,00	1,25		
Bilişsel-Duygusal İhtiyaç	Lise	71	2,70	1,08	,884	,474
	Ön Lisans	53	2,71	1,16		

	Lisans	116	2,65	1,03		
	Lisansüstü	38	2,48	1,08		
Bütünleştirici İhtiyaç	İlkokul/Ortaokul	24	2,47	1,25	,485	,747
	Lise	71	2,61	1,02		
	Ön Lisans	53	2,66	1,17		
	Lisans	116	2,47	1,08		
	Lisansüstü	38	2,40	1,22		
	İlkokul/Ortaokul	24	2,23	1,21		
Kaçış İhtiyacı	Lise	71	2,13	1,07	1,341	,255
	Ön Lisans	53	2,09	1,14		
	Lisans	116	1,99	1,00		
	Lisansüstü	38	1,72	,91		
	İlkokul/Ortaokul	24	2,23	1,21		

N= Örneklem Sayısı, p= Anlamlılık, Ort= Ortalama, SS=Standart Sapma

Yukarıda verilen Tablo 16'ya göre annelerin eğitim durumu ile Paylaşan Ebeveynlik ortalama puanları ($p>.05$), Paylaşım Davranışı ortalama puanları ($p>.05$), Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanları ($p>.05$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ($p>.05$) ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ($p>.05$) arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

Yukarıda verilen Tablo 16'ya göre annelerin eğitim durumu ile Sharenting ortalama puanları ($p>.05$), Bilişsel İhtiyaç ($p>.05$), Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$), Bilişsel-Duygusal İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$), Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$) ve Kaçış İhtiyacı ortalama puanları ($p>.05$) arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

4.4.2.2 Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin Yaş Değişkeni Açısından İncelenmesine İlişkin Bulgular

Tablo 17’de Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting genel ortalama ve alt boyutlarının annelerin yaş durumuna göre farklılaşmasını gösteren ANOVA sonuçları yer almaktadır.

Tablo 17: Annelerin Yaş Durumuna Göre Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin İncelenmesine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişkenler	Yaş	N	$\bar{X}$	Ss	F	p
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği	18-24	15	53,13	7,51	2,449	,064
	25-34 yaş	151	53,14	7,61		
	35-44 yaş	109	54,61	8,12		
	45 yaş+	27	50,04	10,13		
Paylaşım Davranışı	18-24 (1)	15	12,40	4,93	3,308	,021 **2,3>4
	25-34 yaş(2)	151	13,54	5,14		
	35-44 yaş(3)	109	13,94	4,63		
	45 yaş+(4)	27	10,70	5,51		
Sosyal Karşılaştırma Davranışı	18-24	15	17,33	3,56	,814	,487
	25-34 yaş	151	16,42	3,93		
	35-44 yaş	109	16,91	3,52		
	45 yaş+	27	17,37	3,96		
Olumlu Geri Bildirim Etkisi	18-24	15	11,27	4,76	1,395	,245
	25-34 yaş	151	11,04	5,39		
	35-44 yaş	109	12,20	5,21		
	45 yaş+	27	10,37	5,71		
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi	18-24	15	12,13	3,09	,686	,561
	25-34 yaş	151	12,14	3,26		
	35-44 yaş	109	11,55	3,80		

	45 yaş+	27	11,59	3,70		
	18-24	15	2,75	,89		
Sharenting Ölçeği	25-34 yaş	151	2,59	,94	,581	,628
	35-44 yaş	109	2,66	,84		
	45 yaş+	27	2,45	,89		
	18-24	15	3,13	,94		
Bilişsel İhtiyaç	25-34 yaş	151	2,92	1,03	,987	,399
	35-44 yaş	109	2,89	,88		
	45 yaş+	27	2,64	,84		
	18-24	15	3,01	,92		
Duyuşsal İhtiyaç	25-34 yaş	151	2,91	1,05	,910	,436
	35-44 yaş	109	3,04	1,01		
	45 yaş+	27	2,70	1,07		
	18-24	15	3,00	1,09		
Bilişsel-Duygusal İhtiyaç	25-34 yaş	151	2,65	1,18	1,177	,319
	35-44 yaş	109	2,73	,95		
	45 yaş+	27	2,39	1,05		
	18-24	15	2,35	1,19		
Bütünleştirici İhtiyaç	25-34 yaş	151	2,47	1,14	,587	,624
	35-44 yaş	109	2,63	1,04		
	45 yaş+	27	2,56	1,21		
	18-24	15	2,28	1,05		
Kaçış İhtiyacı	25-34 yaş	151	2,01	1,09	,359	,782
	35-44 yaş	109	2,03	1,00		
	45 yaş+	27	1,94	1,07		

N= Örneklem Sayısı, p= Anlamlılık, ort= Ortalama, SS=Standart Sapma** Grup farkı

Yukarıda verilen Tablo 17'ye göre annelerin yaş dağılımı ile Paylaşan Ebeveynlik ortalama puanları ($p>.05$), Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama

puanları ($p>.05$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ($p>.05$) ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ($p>.05$) arasında anlamlı bir fark yok iken Paylaşım Davranışı ortalama puanları ($F:3,308$, $p<.05$) arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Grup farkı için Post Hoc testi yapılmış ve grup ortalamaları parametrik çoklu karşılaştırma testi olan Bonferroni metodu ile karşılaştırılmıştır. Bu sonuca göre 25-34 yaş ve 35-44 yaş aralığındaki annelerin Paylaşım Davranışı ortalama puanlarının 45 yaş üstü annelerin Paylaşım Davranışı ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Annelerin yaş dağılımı ile Sharenting ortalama puanları ($p>.05$), Bilişsel İhtiyaç ($p>.05$), Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$), Bilişsel-Duygusal İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$), Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$) ve Kaçış İhtiyacı ortalama puanları ($p>.05$) arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

4.4.2.3 Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin Çalışma Durumu Değişkeni Açısından İncelenmesine İlişkin Bulgular

Tablo 18’de Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting genel ortalama ve alt boyutlarının annelerin çalışma durumuna göre farklılaşmasını gösteren bağımsız örneklem grubu t testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 18: Annelerin Çalışma Durumuna Göre Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin İncelenmesine İlişkin T-Testi Sonuçları

Değişkenler	Çalışma Durumu	N	$\bar{X}$	Ss	t	p
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği	Evet	182	53,75	8,10	,957	,340
	Hayır	120	52,84	8,11		
Paylaşım Davranışı	Evet	182	13,66	4,92	1,221	,223
	Hayır	120	12,94	5,21		

Sosyal Karşılaştırma Davranışı	Evet	182	16,58	3,94	-,810	,419
	Hayır	120	16,94	3,50		
Olumlu Geri Bildirim Etkisi	Evet	182	11,69	5,24	1,109	,268
	Hayır	120	10,99	5,46		
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi	Evet	182	11,82	3,53	-,360	,719
	Hayır	120	11,97	3,44		
Sharenting Ölçeği	Evet	182	2,67	,89	1,310	,191
	Hayır	120	2,53	,91		
Bilişsel İhtiyaç	Evet	182	2,95	,97	1,323	,187
	Hayır	120	2,80	,93		
Duyuşsal İhtiyaç	Evet	182	2,99	1,00	,951	,342
	Hayır	120	2,87	1,07		
Bilişsel-Duygusal İhtiyaç	Evet	182	2,73	1,05	,996	,320
	Hayır	120	2,60	1,14		
Bütünleştirici İhtiyaç	Evet	182	2,61	1,11	1,582	,115
	Hayır	120	2,40	1,11		
Kaçış İhtiyacı	Evet	182	2,06	1,05	,741	,459
	Hayır	120	1,97	1,05		

N= Örneklem Sayısı, p= Anlamlılık, ort= Ortalama, SS=Standart Sapma

Yukarıda verilen Tablo 18'e göre annelerin çalışma durumu dağılımı ile Paylaşan Ebeveynlik ortalama puanları ($p>.05$), Paylaşım Davranışı ortalama puanları ($p>.05$), Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanları ($p>.05$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ($p>.05$) ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ($p>.05$) arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Annelerin çalışma durumu dağılımı ile Sharenting ortalama puanları ($p>.05$), Bilişsel İhtiyaç ($p>.05$), Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$), Bilişsel-Duygusal

İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$), Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$) ve Kaçış İhtiyacı ortalama puanları ($p>.05$) arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

4.4.2.4 Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin Çocuk Sayısı Değişkeni Açısından İncelenmesine İlişkin Bulgular

Tablo 19’da Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting genel ortalama ve alt boyutlarının annelerin çocuk sayısına göre farklılaşmasını gösteren ANOVA sonuçları yer almaktadır.

Tablo 19: Annelerin Çocuk Sayısına Göre Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin İncelenmesine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişkenler	Çocuk Sayısı	N	$\bar{X}$	Ss	F	p
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği	1	136	54,10	8,02	1,080	,341
	2	134	52,65	8,05		
	3	32	53,50	8,61		
Paylaşım Davranışı	1	136	13,43	4,97	,100	,904
	2	134	13,41	5,10		
	3	32	13,00	5,21		
Sosyal Karşılaştırma Davranışı	1	136	16,99	3,87	,653	,521
	2	134	16,47	3,75		
	3	32	16,66	3,44		
Olumlu Geri Bildirim Etkisi	1	136	11,20	5,08	,253	,776
	2	134	11,51	5,51		
	3	32	11,88	5,77		
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi	1(1)	136	12,47	3,15	4,200	,016 **1>2
	2(2)	134	11,25	3,72		
	3(3)	32	11,97	3,52		
Sharenting Ölçeği	1	136	2,61	,95	,300	,741
	2	134	2,64	,86		

	3	32	2,51	,83		
	1	136	2,93	1,04		
Bilişsel İhtiyaç	2	134	2,93	,90	2,003	,137
	3	32	2,57	,82		
	1	136	2,94	1,02		
Duyuşsal İhtiyaç	2	134	2,95	1,03	,057	,945
	3	32	2,89	1,06		
	1	136	2,66	1,15		
Bilişsel-Duygusal İhtiyaç	2	134	2,73	1,05	,429	,652
	3	32	2,54	,99		
	1	136	2,52	1,18		
Bütünleştirici İhtiyaç	2	134	2,54	1,08	,012	,988
	3	32	2,52	1,00		
	1	136	1,98	1,05		
Kaçış İhtiyacı	2	134	2,07	1,06	,236	,790
	3	32	2,02	1,04		

N= Örneklem Sayısı, p= Anlamlılık, ort= Ortalama, SS=Standart Sapma ** Grup farkı

Yukarıda verilen Tablo 19'a göre annelerin çocuk sayısı ile Paylaşan Ebeveynlik ortalama puanları ($p>.05$), Paylaşım Davranışı ortalama puanları ($p>.05$), Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanları ($p>.05$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ($p>.05$) arasında anlamlı bir fark yok iken Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ($F:4,200, p<.05$) arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Grup farkı için Post Hoc testi yapılmış ve grup ortalamaları parametrik çoklu karşılaştırma testi olan Bonferroni metodu ile karşılaştırılmıştır. Bu sonuca göre 1 çocuğu olan annelerin Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanlarının 2 çocuğu olan annelerin Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Annelerin çocuk sayısı ile Sharenting ortalama puanları ($p>.05$), Bilişsel İhtiyaç ($p>.05$), Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$), Bilişsel-Duygusal İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$), Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanları ($p>.05$) ve Kaçış İhtiyacı ortalama puanları ($p>.05$) arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

4.4.2.5 Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin Teknoloji Kullanım Sıklığı Değişkeni Açısından İncelenmesine İlişkin Bulgular

Tablo 20’de Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting genel ortalama ve alt boyutlarının teknoloji kullanım sıklığı durumuna göre farklılaşmasını gösteren ANOVA sonuçları yer almaktadır.

Tablo 20: Annelerin Teknoloji Kullanım Sıklığına Göre Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Ölçeklerinin İncelenmesine İlişkin ANOVA Testi Sonuçları

Değişkenler	Teknoloji Kullanım Sıklığı	N	$\bar{X}$	Ss	F	p
Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği	1 saat altı (1)	22	51,27	9,70	1,808	,127
	1-3 saat (2)	140	52,54	8,45		
	4-6 saat (3)	93	54,09	7,70		
	7-9 saat (4)	31	55,35	6,95		
	9 saat üstü (4)	16	55,94	5,63		
Paylaşım Davranışı	1 saat altı (1)	22	12,50	5,74	5,224	,000 **4>2,3
	1-3 saat (2)	140	12,17	4,66		
	4-6 saat (3)	93	14,40	4,92		
	7-9 saat (4)	31	15,29	5,39		
	9 saat üstü (4)	16	15,50	4,73		
Sosyal Karşılaştırma Davranışı	1 saat altı (1)	22	17,27	3,91	4,403	,002

	1-3 saat (2)	140	17,51	3,35		**2>5
	4-6 saat (3)	93	16,18	3,96		
	7-9 saat (4)	31	15,48	3,85		
	9 saat üstü (4)	16	14,63	4,22		
Olumlu Geri Bildirim Etkisi	1 saat altı (1)	22	9,18	4,34		
	1-3 saat (2)	140	10,37	5,19		
	4-6 saat (3)	93	12,25	5,32	5,757	,000
	7-9 saat (4)	31	13,81	5,24		**4,5>1,2
	9 saat üstü (4)	16	14,06	5,03		
Olumsuz Geri Bildirim Etkisi	1 saat altı (1)	22	12,32	3,87		
	1-3 saat (2)	140	12,48	3,25		
	4-6 saat (3)	93	11,26	3,63	2,696	,031
	7-9 saat (4)	31	10,77	3,29		2>3
	9 saat üstü (4)	16	11,75	3,79		
Sharenting Ölçeği	1 saat altı (1)	22	2,29	,95		
	1-3 saat (2)	140	2,35	,77		
	4-6 saat (3)	93	2,87	,92	9,208	,000
	7-9 saat (4)	31	3,11	,88		**3,4>1,2
	9 saat üstü (4)	16	2,86	,89		
Bilişsel İhtiyaç	1 saat altı (1)	22	2,64	1,17		
	1-3 saat (2)	140	2,69	,90		
	4-6 saat (3)	93	3,06	,98	5,007	,001
	7-9 saat (4)	31	3,33	,79		**3,4>2
	9 saat üstü (4)	16	3,23	,84		

Duyuşsal İhtiyaç	1 saat altı (1)	22	2,55	1,00	8,227	,000 **3,4>1,2
	1-3 saat (2)	140	2,67	,92		
	4-6 saat (3)	93	3,19	1,03		
	7-9 saat (4)	31	3,49	1,04		
	9 saat üstü (4)	16	3,37	1,07		
Bilişsel-Duygusal İhtiyaç	1 saat altı (1)	22	2,26	1,03	6,651	,000 **3,4>1,2
	1-3 saat (2)	140	2,42	,96		
	4-6 saat (3)	93	2,95	1,15		
	7-9 saat (4)	31	3,23	1,05		
	9 saat üstü (4)	16	2,83	1,19		
Bütünleştirici İhtiyaç	1 saat altı (1)	22	2,23	1,13	7,812	,000 **3,4>2
	1-3 saat (2)	140	2,21	1,01		
	4-6 saat (3)	93	2,88	1,09		
	7-9 saat (4)	31	3,00	1,19		
	9 saat üstü (4)	16	2,73	1,05		
Kaçış İhtiyacı	1 saat altı (1)	22	1,78	1,11	5,759	,000 **3,4>2
	1-3 saat (2)	140	1,77	,94		
	4-6 saat (3)	93	2,27	1,07		
	7-9 saat (4)	31	2,53	1,13		
	9 saat üstü (4)	16	2,15	1,01		

N= Örneklem Sayısı, p= Anlamlılık, ort= Ortalama, SS=Standart Sapma** Grup farkı

Yukarıda verilen Tablo 20'ye göre annelerin teknoloji kullanım sıklığı dağılımı ile Paylaşan Ebeveynlik ortalama puanları ($p>.05$) arasında anlamlı bir fark yok iken

Paylaşım Davranışı ortalama puanları ($F:5,224$, $p<.05$), Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanları ($F:4,034$, $p<.05$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ($F:5,757$, $p<.05$) ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ($F:2,696$, $p<.05$) arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Grup farkı için Post Hoc testi yapılmış ve grup ortalamaları parametrik çoklu karşılaştırma testi olan Bonferroni metodu ile karşılaştırılmıştır. Bu sonuçlara göre,

Günlük 7-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Paylaşım Davranışı ortalama puanlarının günlük 1-3 saat arası ve 4-6 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Paylaşım Davranışı ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Günlük 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanlarının günlük 9 saat üstü teknoloji ile vakit geçiren annelerin Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Günlük 7-9 saat arası ve 9 saat üstü teknoloji ile vakit geçiren annelerin Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanlarının günlük 1 saat altı ve 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Günlük 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanlarının günlük 4-6 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Annelerin teknoloji kullanım sıklığı dağılımı ile Sharenting ortalama puanları ($F:9,208$, $p<.05$), Bilişsel İhtiyaç ortalama puanları ($F:5,007$, $p<.05$), Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanları ($F:8,227$, $p<.05$), Bilişsel-Duygusal İhtiyaç ortalama puanları

(F:6,551, $p<.05$), Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanları (F:7,812, $p<.05$), Kaçış İhtiyacı ortalama puanları (F:5,759, $p<.05$) arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Grup farkı için Post Hoc testi yapılmış ve grup ortalamaları parametrik çoklu karşılaştırma testi olan Bonferroni metodu ile karşılaştırılmıştır. Bu sonuçlara göre,

Günlük 4-6 saat arası ve 7-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Sharenting ortalama puanlarının günlük 1 saat altı ve 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Sharenting ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Günlük 4-6 saat arası ve 7-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Bilişsel İhtiyaç ortalama puanlarının günlük 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Bilişsel İhtiyaç ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Günlük 4-6 saat arası ve 7-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanlarının günlük 1 saat altı ve 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Günlük 4-6 saat arası ve 7-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Bilişsel-Duygusal İhtiyaç ortalama puanlarının günlük 1 saat altı ve 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Bilişsel-Duygusal İhtiyaç ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Günlük 4-6 saat arası ve 7-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanlarının günlük 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Günlük 4-6 saat arası ve 7-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Kaçış İhtiyacı ortalama puanlarının günlük 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Kaçış İhtiyacı ortalama puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

4.5 Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemleri Sergileyerek Giderdikleri İhtiyaçlar İle Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemlerini Sergileme Düzeyleri Arasındaki İlişki

Bu bölümde annelerin paylaşan ebeveynlik eylemleri sergileyerek giderdikleri ihtiyaçlarının paylaşan ebeveynlik eylemlerini sergileme düzeylerine göre farklılık gösterme durumu çerçevesinde analiz sonuçları sunulmakta ve bulgular yorumlanmaktadır.

4.5.1 Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting Düzeyleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde annelerin Paylaşan Ebeveynlik ve Sharenting düzeyleri arasındaki ilişki parametrik test yöntemlerinden “Pearson Korelasyon Analizi” ile incelenmiştir, istatistiki anlamlılık $p < 0,05$ seviyesinde değerlendirilmiştir. Korelasyon katsayısının değerlendirme ölçütleri şöyledir;

“ $0.00 = r_p$ ise ilişki yoktur.”

“ $0.00 < r_p < 0.29$ ise düşük düzeyde ilişki vardır.”

“ $0.30 < r_p < 0.69$ ise orta düzeyde ilişki vardır.”

“ $0.70 < r_p < 0.99$ ise yüksek düzeyde ilişki vardır.”

“ $1.00 = r_p$ ise mükemmel ilişki vardır” (Köklü, Büyüköztürk ve Bökeoğlu, 2006)³.

³ Köklü, N., Büyüköztürk, Ş., & Bökeoğlu, Ö. Ç. (2006). Sosyal bilimler için istatistik . Ankara: PegemA Yayıncılık

Tablo 21: Annelerin Sharenting Düzeyi ile Paylaşan Ebeveynlik Arasındaki İlişki (Pearson Korelasyon Analizi) (N=302)

Değişkenler	Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği	Paylaşım Davranışı	Sosyal Karşılaştırm a Davranışı	Olumlu Geri Bildirim Etkisi	Olumsuz Geri Bildirim Etkisi
Sharenting	] ,339**	,589**	-,584**	,710**	-,518**
	] ,000	,000	,000	,000	,000
	] ,000	,000	,000	,000	,000
Bilişsel İhtiyaç	] ,205**	,360**	-,445**	,487**	-,306**
	] ,000	,000	,000	,000	,000
	] ,000	,000	,000	,000	,000
Duyuşsal İhtiyaç	] ,520**	,682**	-,478**	,798**	-,482**
	] ,000	,000	,000	,000	,000
	] ,000	,000	,000	,000	,000
Bilişsel-Duygusal İhtiyaç	] ,343**	,533**	-,495**	,639**	-,417**
	] ,000	,000	,000	,000	,000
	] ,000	,000	,000	,000	,000
Bütünleştirici İhtiyaç	] ,306**	,530**	-,446**	,561**	-,433**
	] ,000	,000	,000	,000	,000
	] ,000	,000	,000	,000	,000
Kaçış İhtiyacı	] ,071	,403**	-,632**	,547**	-,570**
	] ,219	,000	,000	,000	,000
	] ,000	,000	,000	,000	,000

** (p<0,05)

Tablo 21’deki Pearson Korelasyon testi sonuçlarına bakıldığında;

Annelerin Sharenting düzeyleri ile Paylaşan Ebeveynlik seviyeleri (r:0,339, p<.05), Paylaşım Davranışı seviyeleri (r:0,589, p<.05), Olumlu Geri Bildirim Etkisi seviyeleri (r:0,710, p<.05) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki var iken Sosyal Karşılaştırma Davranışı seviyeleri (r:-0,584, p<.05), Olumsuz Geri Bildirim Etkisi seviyeleri(r:-0,518, p<.05) arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

Diğer bir ifade ile annelerin Sharenting seviyeleri arttıkça Paylaşan Ebeveynlik, Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır.

Annelerin Bilişsel İhtiyaç düzeyleri ile Paylaşan Ebeveynlik seviyeleri ($r:0,205$, $p<.05$), Paylaşım Davranışı seviyeleri ($r:0,360$, $p<.05$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi seviyeleri ($r:0,487$, $p<.05$) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki var iken Sosyal Karşılaştırma Davranışı seviyeleri ($r:-0,445$, $p<.05$), Olumsuz Geri Bildirim Etkisi seviyeleri($r:-0,306$, $p<.05$) arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

Diğer bir ifade ile annelerin Bilişsel İhtiyaç seviyeleri arttıkça Paylaşan Ebeveynlik, Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır.

Annelerin Duyuşsal İhtiyaç düzeyleri ile Paylaşan Ebeveynlik seviyeleri ($r:0,520$, $p<.05$), Paylaşım Davranışı seviyeleri ($r:0,682$, $p<.05$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi seviyeleri ($r:0,798$, $p<.05$) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki var iken Sosyal Karşılaştırma Davranışı seviyeleri ($r:-0,478$, $p<.05$), Olumsuz Geri Bildirim Etkisi seviyeleri($r:-0,482$, $p<.05$) arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

Diğer bir ifade ile annelerin Duyuşsal İhtiyaç seviyeleri arttıkça Paylaşan Ebeveynlik, Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır.

Annelerin Bilişsel-Duygusal İhtiyaç düzeyleri ile Paylaşan Ebeveynlik seviyeleri ($r:0,343$, $p<.05$), Paylaşım Davranışı seviyeleri ($r:0,533$, $p<.05$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi seviyeleri ($r:0,639$, $p<.05$) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir

ilişki var iken Sosyal Karşılaştırma Davranışı seviyeleri ($r:-0,495$, $p<.05$), Olumsuz Geri Bildirim Etkisi seviyeleri($r:-0,417$, $p<.05$) arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

Diğer bir ifade ile annelerin Bilişsel-Duygusal İhtiyaç seviyeleri arttıkça Paylaşan Ebeveynlik, Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır.

Annelerin Bütünleştirici İhtiyaç düzeyleri ile Paylaşan Ebeveynlik seviyeleri ($r:0,306$, $p<.05$), Paylaşım Davranışı seviyeleri ($r:0,530$, $p<.05$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi seviyeleri ($r:0,561$, $p<.05$) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki var iken Sosyal Karşılaştırma Davranışı seviyeleri ($r:-0,446$, $p<.05$), Olumsuz Geri Bildirim Etkisi seviyeleri($r:-0,433$, $p<.05$) arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

Diğer bir ifade ile annelerin Bütünleştirici İhtiyaç seviyeleri arttıkça Paylaşan Ebeveynlik, Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır.

Annelerin Kaçış İhtiyacı ile Paylaşan Ebeveynlik seviyeleri ($p>.05$) arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Annelerin Kaçış İhtiyacı ile Paylaşım Davranışı seviyeleri ($r:0,403$, $p<.05$), Olumlu Geri Bildirim Etkisi seviyeleri ($r:0,547$, $p<.05$) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki var iken Sosyal Karşılaştırma Davranışı seviyeleri ($r:-0,632$, $p<.05$), Olumsuz Geri Bildirim Etkisi seviyeleri($r:-0,570$, $p<.05$) arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

Diğer bir ifade ile annelerin Kaçış İhtiyacı seviyeleri arttıkça Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır.

Bölüm 5

TARTIŞMA VE SONUÇ

5.1 Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemleri ve İhtiyaçları

Annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini sergilemek için kullanmayı tercih ettikleri sosyal medya platformları ile ilgili elde edilen veriler üzerine yapılan analiz sonuçları incelendiğinde, 28 annenin Instagram, 18 annenin Facebook, 7 annenin WhatsApp, 3 annenin Twitter, 1 annenin TikTok ve 1 annenin YouTube yanıtını verdiği görülmektedir. Bu, annelerin paylaşan ebeveynlik eylemlerini sergilemek için kullanmayı tercih ettikleri sosyal medya platformlarında belirli bir eğilim sergilediklerini göstermektedir. Araştırmada Instagram'ın en fazla tercih edilen platform olarak öne çıktığı görülmektedir. 2018 yılında yapılan bir araştırmada, Instagram'a her gün ortalama 100 milyondan fazla içerik yüklendiği ortaya konulmaktadır (Aslam, 2020). Ek olarak; 2021 yılında Instagram'ı aktif kullanan aylık kullanıcı sayısının 1.221.000.000 olarak raporlandığı görülmektedir (Digital 2021). Bartholomew ve arkadaşları (2012), yaptıkları araştırmada annelerin %98'inin, babaların ise % 89'unun çocuklarına ait fotoğrafları Instagram'a yüklediklerini ortaya koymaktadır. Paylaşan ebeveynlik eylemlerinin sıklıkla gerçekleştirildiği platformların başında Instagram'ın yer aldığı bilinmektedir. Annelerin Instagramı tercih etme sebepleri arasında paylaşılan içeriklere ait etkileşimlerin fazla olmasını (Choi & Lewallen, 2018), çocuklarına ait görseller ile dijital bir arşiv oluşturma fırsatı yakalamalarını (Le Moignan ve ark., 2017), paylaşımlar aracılığıyla reklamlar ya da ücretli ortaklıklar çerçevesinde maddi kazanç elde edebilmelerini (Jorge ve ark., 2022;

Kopecky ve ark., 2020), bilgi edinme, destek alma, dayanışma, yeni arkadaşlıklar edinme (Timurturkan, 2019) gibi sebepleri göstermek mümkündür. Araştırma sonuçları incelendiğinde Facebook kullanımının da önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Yapılan bir araştırmada Facebook paylaşımları 3 ay boyunca analiz edilmiş ve katılımcıların %81,4'ünün Facebook'ta çocukları ile ilgili içerik paylaştıkları görülmüştür. Katılımcıların %44,39'u Facebook dışındaki sosyal medya platformlarında çocuklarına ait içerikler paylaştıklarını vurgulamışlardır (Maraşlı ve ark., 2016). Facebook'un kendi istatistikleri incelendiğinde Türkiye'de aktif Facebook kullanıcı sayısının 37 milyon olarak yer aldığı, aktif Instagram kullanıcı sayısının 38 milyona yükseldiği görülmektedir (Digital 2021). Annelerin Twitter, WhatsApp, TikTok ve YouTube gibi diğer platformları daha az kullandıkları görülmektedir. Bunun sebebi olarak platformların içerik yapıları ve kullanıcı etkileşim biçimleri düşünülebilir. Twitter, içeriklerin tek seferde tweet şeklinde yayınlanmasını sağlamaktadır. İçerikler herhangi bir zamanda ya da yerde, herhangi biri tarafından ön izlenebilmektedir. Burada karşılaşılan zorluk mesajın doğru hedef kitleye ulaştırılabilmesidir (Shah ve ark., 2021). Bu platforma ait olan "Tweet" kavramı, Twitterda mesaj kutusundan sınırlı karakterle aktarılabilecek iletiler olarak tanımlanmaktadır. Tweetler, kişi ya da kurumlarla ilgili mevcut durumları, görüşleri ve gerçekleştirilen uygulamaları aktarabilen, takipçileri harekete geçirici bir bileşendir (Tarhan, 2012). Twitter, "Şu anda neler oluyor?" sorusundan hareketle kullanıcılara paylaşmak istediklerini paylaşımlarına imkân sağlar. Herhangi bir konu sınırlaması bulunmamaktadır (Alper ve ark., 2012) ancak kullanıcıların aktarmak istediklerini 280 karakterle anlatmaları gerekmektedir (Sayar, 2016). Bu nedenle annelerin paylaştan ebeveynlik eylemlerini sergilemek için daha az tercih ettiği bir platform olabilir. WhatsApp ise bir sosyal medya platformu olmaktan ziyade, ücretsiz, platformlar arası

ve uçtan uca şifreli bir mobil anlık mesajlaşma uygulamasıdır. (Kartal, 2019). YouTube, insanların bağlantı kurması ve bilgi paylaşması için forum sağlayan, daha çok büyük ve küçük içerik oluşturucuları ve reklam verenler için büyük bir dağıtım platformu görevi gören bir içerik topluluğudur (Souza & Durro, 2016). Bu nedenle annelerin paylaştıkları ebeveynlik eylemlerini sergilemek için bu platformları tercih etmedikleri düşünülebilir. TikTok ise kullanıcıları ağırlıklı olarak 16-64 yaş grubundan oluşan, grubun %41'inin 16-24 yaş aralığında yer aldığı (Social Business, 2020) eğlence, iletişim ve organizasyon gibi amaçlarla kullanılan yeni bir platformdur (Atalay & Tamkoç, 2022). Bu sebeple anneler arasında fazla tercih edilmediği düşünülebilir. Bu bilgilerden hareketle; annelerin sosyal medya platformlarına ilişkin tercihlerinin, kişisel deneyimlerinin yanı sıra platformların sunduğu kullanım kolaylığı ve etkileşim biçimlerine bağlı olduğu düşünülebilir. Bahsedilen platformların özellikleri göz önünde bulundurularak bu platformların annelerin bireylerle etkileşime geçme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olmadığı söylenebilir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili tutum ve davranışlarına dair elde edilen veriler üzerine yapılan analiz sonuçları incelendiğinde, 30 annenin çocukları ile ilgili paylaşımlarda bulunmak için Instagram'ı tercih ettiği görülmektedir. Bu bağlamda annelerin çocukları ile ilgili yaptıkları paylaşımların türleri incelendiğinde, tüm annelerin (n=31) fotoğraf paylaştığını, bunun yanı sıra 15 annenin video, 11 annenin ise yazılı içerik paylaştığını belirttiği görülmektedir. Bu durum, annelerin çocukları ile ilgili içerikleri daha çok görsel materyaller aracılığıyla paylaşma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Her durum ve ortamda fotoğraf ya da video çekme kolaylığının, bu içeriklerin sosyal medya platformlarında paylaşılmasını kaçınılmaz yaptığı düşünülmektedir (Wagner & Gasche, 2018). Annelerin çocukları ile ilgili paylaştıkları içeriklerin analizi incelendiğinde, annelerin en çok

"Özel Günler" (n=18) ve "Seyahat/Tatil/Gezi Anıları" (n=10) gibi temalara odaklandığı ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra annelerin "Yapılan Aktiviteler" (n=10) ve "Günlük Yaşantı" (n=8) gibi içeriklere de yöneldikleri görülmektedir. Annelerin paylaştıkları içeriklerin incelendiği bir başka çalışmada da annelerin çocukları ve aileleri için özel olan günlerle ilgili paylaşımlarda bulunmayı tercih ettiklerini vurguladıkları görülmektedir (Üstündağ, 2023). Özel günlerin yapılan paylaşımlar yoluyla arşivlenmesi, bir anlamda dijital albüm oluşturma olarak düşünülmektedir. Üstündağ (2020), dijital teknolojinin günlük yaşantımıza bu kadar dâhil olmadığı dönemlerde insanların fotoğraf albümleri kullanarak hayatlarını başkalarına sunduklarını, bunu günümüzde ise sosyal medya platformlarında yaptıkları paylaşımlar aracılığıyla sürdürdüklerini söylemektedir. Kumar ve Schoenebeck (2015), yaptıkları araştırmada annelerin sosyal medya platformlarında genellikle çocuklarının gelişimsel becerileri, aile ve arkadaşlarla fotoğraflarını, sevimli veya komik buldukları dört tür fotoğraf paylaştığını ortaya koymaktadır. Brosch'un (2016) yaptığı araştırmada da benzer sonuçlara rastlanmaktadır. Araştırmada annelerin doğum günleri, aile yemekleri, tatiller gibi içeriklere yer verdikleri görülmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili yapmış oldukları paylaşım alışkanlıkları, annelerin paylaşım sıklıklarını ve çocuklarından izin alma durumlarını kapsamaktadır. Elde edilen veriler üzerine yapılan analiz sonuçları incelendiğinde 23 annenin çocukları ile ilgili paylaşımlarını ayda bir gerçekleştirdiğini, 5 annenin haftada bir ve 3 annenin yılda bir kez paylaşımda bulunduğunu belirttikleri görülmektedir. Bu durum, annelerin çocukları ile ilgili paylaşımlarını belirli zaman aralıklarında yaptıklarını göstermektedir. Annelerin ifadelerinde, özel günler ve çocuklarıyla birlikte gerçekleştirilen etkinlikler de

paylaşım sıklığına etki eden motivasyon kaynakları olarak yer almaktadır. Annelerin sosyal medya paylaşımlarında çocuklarından izin alma durumları ile ilgili elde edilen veriler incelendiğinde, 16 annenin çocuklarından izin aldığı, 3 annenin bazen izin aldığı ve 12 annenin ise izin almadığı görülmektedir. Buna göre, araştırmaya katılan annelerin çoğunluğunun paylaşım için çocuklarından izin aldıkları sonucuna ulaşılmaktadır. Ancak ilgili literatür kapsamında annelerin sosyal medya paylaşımları için çocuklarından izin alma durumlarını inceleyen araştırma sonuçlarının genel olarak annelerin sosyal medya paylaşımları için çocuklarından izin almadıklarını vurguladığı görülmektedir (Moser ve ark., 2017; Özaslan ve ark., 2018; Sarkadi ve ark., 2020). Yakın zamanda gerçekleştirilen bir araştırmanın sonuçları annelerin büyük çoğunluğu çocuklarının yaşlarının küçük olmasından dolayı onlarla ilgili paylaşım yaparken sormadıklarını, izin alma ihtiyacı duymadıklarını ve bunu hiç düşünmediklerini ortaya koymaktadır (Üstündağ, 2023). Bu çalışmada sosyal medya paylaşımları için çocuklarından izin almadığını belirten 12 annenin ifadeleri incelendiğinde, Üstündağ'ın (2023) araştırması ile paralellik gösterdiği görülmektedir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarla ilgili içerik paylaşan kişileri (influencer) takip etme durumuna ilişkin elde edilen veriler incelendiğinde, 18 annenin çocuklarla ilgili içerik paylaşan kişileri takip ettiğini belirttiği, 13 annenin ise takip etmediğini belirttiği görülmektedir. Araştırmada annelerin çoğunluğunun sosyal medya platformlarında çocuklarla ilgili içerik paylaşan kişileri takip ettikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Bebek bekleyen ya da 0-7 yaş aralığında çocuğu olan annelerle yapılan başka bir çalışmada, annelerin %100'ünün anne çocuk kategorisinde influencer takip ettiği görülmektedir (Onurlu ve ark., 2021). Annelerin takip etmeyi tercih ettikleri influencerların çocuklarla ilgili paylaştıkları içeriklerin ne hakkında olduğu sorusuna annelerin verdikleri cevaplar incelendiğinde, 5 annenin “günlük yaşantı”, 4 annenin

“sağlık/psikoloji”, 3 annenin “kıyafet”, 2 annenin “özel günler”, 1 annenin ise “eğitim” ile ilgili içerikler paylaşan influencerları takip ettiğini ifade ettikleri belirlenmiştir. Annelerin etkinlikler, kitaplar, çocukların giyimi ve beslenmeleri, çocukların gelişimi, pozitif bakış açısı kazanma gibi konular hakkında tavsiye ve bilgi edinme amacıyla influencerları takip ettikleri düşünülmektedir (Yaman, 2018).

Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili paylaşımlar yaparken nelere dikkat ettiklerine ilişkin elde edilen veriler incelendiğinde, duygusal ve psikolojik dikkat teması altında, 7 annenin çocuklarını rencide edebilecek içerikleri paylaşmamaya özen gösterdiği, 5 annenin ise çocuğun dış görünüşünün iyi durumda olduğu içerikleri paylaşmaya öncelik verdiği görülmektedir. Bu durum, annelerin çocuklarının sosyal ve duygusal gelişimlerini korumaya önem verdiklerini düşündürmektedir. “İnternette çocuk utandırma” olarak bilinen ebeveyn davranış pratiği, ebeveynlerin genellikle çocuklarına ceza vermek amacıyla çocuklarının utanacağı içerikleri sosyal medyada paylaşımları olarak bilinmektedir (Kinghorn, 2018). Bu paylaşımlara gelen aşağılayıcı yorumların çocuk için olumsuz psikolojik etkiler oluşturmaktadır (Serin, 2019). Ayrıca bu durum çocuğun imajını zedeleyebilir, gelecekteki yaşantısını ve kariyer gelişimini de olumsuz yönde etkileyebilir (Ouvrein & Verswijvel, 2019). Bu bağlamda araştırmaya katılan annelerin, çocuklarını rencide etmemeye dikkat ettiklerini ifade etmeleri, çocukları için yaşanabilecek bu tür olumsuz durumlardan kaçınmaları anlamına gelebilir. Güvenlik ve gizlilik teması, annelerin çocuklarının teşhir edildiği paylaşımlar yapmama konusundaki hassasiyetlerini içermektedir. Elde edilen araştırma verileri 11 annenin bu tür içerikleri paylaşmaktan kaçındığını, 7 annenin hedef kitleyi sınırlandırmaya çalıştığını ve 4 annenin paylaşımlarında çocuğun yüzüne yer vermemeye özen gösterdiğini göstermektedir. Bu bulguların, annelerin çocuklarının mahremiyetini koruma

arzularını ve sosyal medya etkileşimlerinde gizliliğe verdikleri önemi yansıttığı düşünülebilir. Çocukların mahremiyetlerinin korunmaması çocuk istismarlarını artırabilir ve özel yaşantının ifşa edilmesi, bilgilerin kötü niyetli kişilerin eline geçmesi söz konusu olabilir (Serin, 2019). Annelerin bu ve benzeri sebeplerle sosyal medya platformlarında içerikler paylaşırken dikkatli olmaya özen gösterdikleri düşünülebilir. Yapılan bir araştırmada ebeveynlerin %79'unun çocukları ile ilgili onların yarı çıplak ya da çıplak oldukları içerikleri paylaştıkları ortaya çıkmıştır (Brosch, 2016). Sosyal medya platformlarında çıplaklık içeren herhangi bir içeriğin paylaşılması gerekmektedir. Ebeveynlerin bu gibi paylaşımlar yoluyla mahremiyet ihlali yaptıkları sonucuna ulaşılmaktadır (Çalapkulu & Alp, 2020). Paylaşım sıklığı ve amacı teması altında, 3 annenin sık paylaşım yapmamayı tercih ettiği, 1 annenin ise paylaşım amacını anı biriktirmek olarak vurguladığı görülmektedir. Bu noktada, ebeveynler çocukları ile ilgili paylaşımlar yaparken bunları yalnızca aile üyeleri ya da yakın dostları ile kapalı gruplarda paylaşarak anı biriktirdiklerini düşünseler de, sosyal medya platformlarının çocukların fotoğraflarını anı biriktirme amacıyla saklayabileceğimiz bir veri depolama aracı olmadığının anlaşılması gerekmektedir. (Yavuz, 2020; Erişir & Erişir, 2018). Paylaşılan içeriğin ebeveynlerin dijital kimliklerine mi yoksa çocukların gelişimlerine mi katkı sağladığı düşünülmelidir. Ebeveyn ve çocuk onayı teması, annelerin paylaşımlarında eşlerinin ve çocukların onayını almaya dikkat etme durumlarını kapsamaktadır. Bu bağlamda, 1 anne eşinin ve kendisinin onayladığı içerikler paylaşmaya dikkat ettiğini belirtmiştir. Diğer anne ise, çocuğunun onayladığı içerikler paylaşmaya dikkat ettiğini belirtmiştir. Anneler çocukları ile ilgili içerikler paylaşmadan önce eşlerinin ya da çocuklarının onayını alsalar dahi Avrupa Veri Koruma tüzüğü gerekçe madde 7/3'e göre çocuğun çeşitli gerekçelerle kişisel verilerinin kendi isteği ve kontrolü dışında sosyal medya

platformlarında paylaşılmış olması, geçmişte izin verilse bile bu izni geri çekmek istemesi, madde 65'e göre kişisel verilerinin sosyal medya platformlarında paylaşıldığı sırada bunun sonuçlarını ön göremeyecek durumda olması, madde 38'e göre kişisel verilerinin paylaşılması sebebiyle oluşabilecek riskler, sonuçlar ve koruma mekanizmalarından daha az haberdar olması gibi sebeplerle (Yavuz, 2020) çocuğun unutulma hakkını talep edebileceğini göz önünde bulundurarak hareket etmeleri gerekmektedir. Unutulma hakkı kişisel verilerin korunması hakkının temeli bağlamında ele alınmaktadır. Bu iki hak da özünde bireyin onurlu yaşamasını, serbest bir şekilde kişiliğini geliştirmesini ve kişisel verileri üzerinde özgürce söz sahibi olmasını kapsamaktadır (Akgül, 2016). Ek olarak diğer teması altında, 2 annenin çocuğu ile ilgili sosyal medya platformlarında paylaşım yaparken herhangi bir şeye dikkat etmediklerini belirttikleri görülmektedir. Bu durum, çocuğun yapılan paylaşımlar yoluyla isim ve soy isminin, ikametgâh adresinin, bulunduğu konumların, gittiği okulların ve buna benzer pek çok kişisel bilgisinin açık edilmesi, çocuğu tehlikelerle karşı karşıya bırakabilecek nitelikte olabilmektedir (Dönmez & Dolgun, 2019). Bu bağlamda, bu annelerin bilinçlendirilmesinin gerekliliğinin ön plana çıktığı düşünülebilir. Sonuç olarak, bu verilerden hareketle annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarıyla ilgili paylaşımlarında dikkat ettikleri hususların, çocuklarının bedensel, sosyal - duygusal ve psikolojik sağlıklarını ve haklarını koruma çabaları doğrultusunda şekillendiği sonucuna ulaşılabilir.

Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarıyla ilgili paylaşımları için aldıkları güvenlik önlemlerine ilişkin elde edilen veriler incelendiğinde, elde edilen bulgular annelerin güvenliği ön planda tuttuklarını ve güvenliği sağlamak için çeşitli stratejiler kullandıklarını göstermektedir. Bu bağlamda; 25 anne gizli hesap kullanma tercihinin bulunduğunu belirtmiştir. Gizli hesap kullanımının, annelerin sosyal medya

platformlarında çocukları ile ilgili yaptıkları paylaşımları daha kontrollü bir şekilde yapmalarına olanak sağladığı düşünülebilir. Bununla birlikte; milyarlarca kullanıcısı olduğu bilinen Instagramın, paylaşılan içerikler ve kişisel verilerin çalınması ile ilgili henüz somut bir girişimde bulunmadığı bilinmektedir. Hesap ayarlarını değiştirerek hesabı gizliye almak dışında, bu sorunun teknik olarak kalıcı çözümünün şimdilik mümkün olmadığı söylenmektedir (Güngör, 2021). Bu nedenle, paylaşılan içeriklerin uygulamadan ziyade kişinin sorumluluğuna bırakıldığı düşünülebilir. 24 anne ise yalnızca tanıdıklarla etkileşime izin verdiklerini belirtmiştir. Bu durumdan hareketle, sosyal medya çevresini ve çevrenin etkileşimlerini sınırlandırarak daha güvenli bir paylaşım ortamı yaratmaya yönelik bir yaklaşımı temsil ettiği çıkarımı yapılabilir. Ancak; çocuk istismarı ile ilgili çalışmaların, istismarcıların çoğunlukla aile içinden veya yakın çevrelerden çıktıklarını vurguladığı göz önünde bulundurularak “ yabancı - akraba” ayrımının giderek silikleştiği günümüzde özellikle ebeveynlerin çocukları ile ilgili her türlü davranışı sağduyulu değerlendirmeleri gerektiği hatırlatılmalıdır (Güngör, 2021). Son olarak 4 anne paylaştıkları içeriklere etkileşimi kapattıklarını belirtmiştir. 2 annenin de çift taraflı doğrulama ve şifre kullanma gibi önlemler aldığı görülmektedir. Bu durum, annelerin dijital güvenliği sağlamak için çaba gösterdikleri ve sosyal medya paylaşımları ile ilgili dikkatli olmaya çalışmalarıyla açıklanabilir.

Annelerin sosyal medya platformlarında sergiledikleri paylaşan ebeveynlik eylemlerine yönelik sosyal medya çevrelerinden aldıkları yorumlara ilişkin elde edilen veriler incelendiğinde, 11 annenin çocuklarının güzel veya sevimli olduğu yönünde yorumlar aldıklarını söyledikleri, 9 annenin ise çocuklarının nazardan korunması amacıyla yapılan yorumlarla karşılaştığını belirttikleri görülmektedir. Bu tür yorumlar, Türk kültüründe yaygın olan bir inançla ilişkilendirilebilir (Kürkçü, 2024, s. 39). Diğer yandan, 6 anne, çocuklarının büyümesi ve gelişimi hakkında yorumlar aldığını

belirtirken 4 anne ise ifade bırakma veya emoji gönderme gibi daha az spesifik yorumlar aldıklarını belirtmiştir. 4 anne de tebrik amaçlı yorumlarla karşılaştıklarını ifade etmiştir. Annelerin aldıkları olumlu geri bildirimlerin, beğenilerin ve destekleyici yorumların anneyi endişelerinden uzaklaştırıcı etkisi olduğu bilinmektedir. Böylece anne takipçilerinin kendisini onayladığını düşünerek rahatlama fırsatı bulmaktadır (Lupton, 2016). Hong, Chen ve Li (2017) yaptıkları araştırmada beğeni almanın çevrim içi hediye almak olduğunu ileri sürmüşlerdir. Paylaşımlara gelen beğeniler ve olumlu yorumların sayısı arttıkça, ebeveynler ebeveynliklerinin ve kendilerinin onay ve takdir gördüğünü algılamakta ve bu da kendilerinde değerlilik hissi yaratmaktadır. Bunun yanı sıra, yalnızca 1 annenin kendisine yönelik eleştiri içeren yorumlarla karşılaştığını ifade ettiği görülmektedir. Paylaşım yapan anneler bu gibi durumlarla daha sık karşılaşabilmektedir. Örneğin, emzirme ve uyku, tuvalet alışkanlığı gibi çocuğu ilgilendiren konularda annelerin sosyal medya çevreleri tarafından olumsuz geri bildirimlere maruz kaldıkları bilinmektedir. Olumsuz geri bildirim veren sosyal medya çevresinin çoğu içerikleri takip eden, başka bilgiye maruz kalan ya da kendi benzer durumları deneyimleyen annelerden oluşmaktadır. Paylaşımı yapan anne, aldığı olumsuz geri bildirimler karşısında benzer olumsuz üslup ile etkileşim verdiğinde, etkileşime giren anneler arasında çatışmalı bir ortam oluşmaktadır (Ergül & Yıldız, 2021). Bunun huzursuzluk ve öfke gibi olumsuz duyguları tetikleyebileceği düşünülebilir. Yorumlara verilen tepkiler teması altında 2 annenin herhangi bir değerlendirmede bulunmadığı, 2 annenin olumlu değerlendirme yaptığı, 2 annenin ise olumsuz değerlendirme yaptığı görülmektedir. Annelerin sosyal medya çevrelerinden aldıkları yorumları değerlendirme biçimlerini alan yorumların şekillendirdiği düşünülebilir. Sonuç olarak, annelerin sosyal medya platformlarında sergiledikleri paylaştıkları ebeveynlik eylemlerine yönelik çevrelerinden aldıkları yorumların ve

annelerin bu yorumlara verdikleri tepkilerin, sosyal medya çevresinin annelik deneyimlerine etkisine dair önemli ipuçları sunduğu düşünülebilir.

Annelerin sosyal medya platformlarında sergiledikleri ebeveynlik davranışlarına karşı çocuklarının verdikleri tepkiler incelendiğinde, olumlu tepkiler teması altında, 15 annenin çocuklarının yapılan paylaşımlardan mutlu olduklarını ifade ettikleri görülmektedir. Buna karşın; doğduğu andan itibaren pek çok insan tarafından fotoğraflarının ve videolarının görüldüğünü bilen ve bundan mutluluk duyan çocukların bu tür bir ilginin doğal olduğu algısına kapılarak günlük yaşantısında da aynı ilgiyi bekleyebileceği ve sürekli bir onaylanma ve beğenilme beklentisine girebileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu paylaşımlara çocukların verdikleri tepkiler, paylaşımların çocuklar üzerindeki etkilerini görebilecek kadar zaman henüz geçmemiş olduğundan ileride sorun yaşatabileceği dikkate alınarak ele alınmalıdır (Duygulu, 2019; Kinsey, 1987). 2 annenin çocuklarının paylaşımlar karşısında şaşırdıklarını ifade ettikleri ve 1 annenin çocuğunun yaptığı paylaşımları izlediğini ifade ettiği görülmektedir. Bu durum, çocukların sosyal medya platformlarında kendileri hakkındaki içeriklere karşı duydukları merak ve gösterdikleri ilgiyi yansıtmaktadır. Bununla birlikte, olumsuz tepkiler teması altında 4 annenin çocuklarının annelerinin yaptığı paylaşımlardan mutsuz olduklarını belirttiği, 3 annenin ise çocuklarının paylaşımlarını kaldırmasını istediklerini belirttiği görülmektedir. Çocuklar, tüm özel anlarının ve ev içi yaşantılarının paylaşımlar aracılığıyla sosyal medya platformlarında yer almasından ve herkes tarafından görülmesinden rahatsız olabilirler. Çocuklar; fiziksel, cinsel ve sosyal farkındalıklarının gelişmesiyle birlikte annelerinin okula gelmesini bile istemezken ve bireyselleşirken, bebeklik ve çocukluk dönemlerine ait fotoğraflarının sosyal medya platformlarında yer almasına olumsuz olarak tepki verebilirler (Duygulu, 2019;

Kinsey, 1987). Nötr tepkiler teması altında, 6 anne çocuklarının yapılan paylaşımları görmediklerini, 4 anne ise çocuklarının bu paylaşımlara tepki vermediklerini belirtmektedir. Annelerin sosyal medya platformlarında sergiledikleri ebeveynlik davranışlarına karşı çocuklarının verdikleri tepkiler, çocukların kendileri hakkında paylaşılan içerikleri hem olumlu hem de olumsuz algılamalarına sebebiyet verebilir. Annelerin sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili paylaşımlar yaparken çocuklarının duygusal tepkilerini dikkate almalarının önemli olduğu söylenebilir.

Araştırmada, annelerin sosyal medya platformlarında sergiledikleri paylaştan ebeveynlik davranışlarının çocuklarının yetişkinlik döneminde nasıl etkiler yaratacağına dair düşünceleri incelenmektedir. Bu bağlamda, annelerin verdikleri yanıtlar üç ana tema altında toplanmış ve bu temalara ait alt temalar oluşturulmuştur. Olumlu etkiler teması altında, 6 annenin çocuklarının mutlu olacağını düşündükleri, 3 annenin ise çocuklarının anılarını tazeleyeceğini düşündüklerini ifade ettikleri görülmektedir. Olumsuz etkiler teması altında ise, 8 annenin çocuklarının kızacağını düşündükleri, 4 annenin ise çocuklarının rencide olacağını düşündüklerini ifade ettikleri gözlemlenmiştir. Bu durum, annelerin sosyal medya içeriklerinin çocuklar üzerinde potansiyel olumsuz sonuçlar doğurabileceği endişesini taşıdığını ortaya koymaktadır. Nötr tepkiler teması altında, 12 annenin paylaşımlarının çocuklarına olumsuz bir etkisi olacağını düşünmediklerini ifade ettikleri belirtilmiştir. Bu durum, annelerin sosyal medya paylaşımlarının çocuklar üzerindeki etkisini daha az önemli gördüklerini ya da bu konuda kararsız kaldıklarını düşündürebilir. Sonuç olarak, annelerin sosyal medya platformlarında sergiledikleri ebeveynlik davranışlarının çocuklarının yetişkinlik döneminde nasıl etkiler yaratacağına dair düşünceleri çeşitlilik göstermektedir. Olumlu ve olumsuz etkiler hakkında sahip oldukları görüşler,

ebeveynlik deneyimlerini ve çocuklarının duygusal sağığına yönelik duyarlılıklarını yansıtmaktadır.

5.2 Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemlerinin Çeşitli Değışkenlere Göre İncelenmesi

Araştırmaya katılan annelerin Paylaşan Ebeveynlik Ölçeğine verdikleri yanıtlar incelendiğinde annelerin genel olarak yüksek düzeyde paylaşım davranışları sergiledikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Artan sosyal medya kullanımının bir sonucu olarak, bireylerde sosyal karşılaştırma davranışlarının arttığı bilinmektedir. Bu bağlamda sosyal medya kullanım sıklığının, bireylerin kendilerini diğerleriyle karşılaştırma davranışlarına etki ettiği vurgulanmaktadır (Lee, 2014). Sosyal karşılaştırma kuramı, bireylerin diğer bireyler hakkında sunulan bilgilerin kendi yaşantılarına uygunluğunu sorguladıklarını ve yaptıkları değerlendirmeler sonucunda olumlu ya da olumsuz yargılara ulaştıklarını savunmaktadır (Festinger, 1954). Annelerin yanıtları incelendiğinde özellikle sosyal karşılaştırma ve paylaşım davranışlarını sergiledikleri öne çıkmakta, bu süreçte olumlu geri bildirimlerin yanı sıra olumsuz geri bildirimlerin de etkili olduğu görülmektedir (Alemdar, 2022). Olumlu geri bildirimler bireyin duygulanımına olumlu etkisi olan ifadeleri kapsamaktadır. Örneğin, “Sosyal medya platformlarında çocuğum hakkındaki paylaşımlarıma aldığım beğeni ve olumlu yorumlardan mutlu olurum.” gibi... Olumsuz geri bildirimler ise bireyin duygulanımına olumsuz etkisi olan ifadeleri kapsamaktadır. Örneğin, “Sosyal medya platformlarında çocuğum hakkındaki paylaşımlarıma aldığım olumsuz yorum ya da eleştiriler beni öfkelenendirir.” gibi... Bu bilgilerden hareketle; annelerin sosyal medya platformlarında sergiledikleri paylaşan ebeveynlik eylemlerini şekillendiren önemli unsurlar arasında sergilenen eylemlere ilişkin olumlu ve olumsuz geri bildirimlerin yer aldığını söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılan annelerin Sharenting Ölçeği ve farklı ihtiyaç kategorilerine verdikleri yanıtlar incelendiğinde ise, annelerin duyuşsal ihtiyaçlar için verdikleri yanıtların en yüksek ortalamaya sahip olduğu görölmektedir. Annelerin duyuşsal ihtiyaçları vurgulama sebepleri arasında günümüz ebeveynleri için paylaşan ebeveynlik eyleminin duyuşsal bir etkiye sahip olması (Latipah ve ark., 2020), sosyal medya platformlarının ebeveynlik hakkındaki duygu ve düşüncelerin ifade edilmesinde uygun ortam sağlaması, yapılan bir araştırmada annelerin yaşayacakları gurur hissinin onları çocukları ile ilgili paylaşım yapmaya iten faktörler arasında yer aldığını ve bu eylem sayesinde duyuşsal bir doyum sağladıklarını belirtmeleri (Wagner & Gasche, 2018) sayılabilmektedir. Araştırmada bilişsel ihtiyaçların da önemli bir yer tuttuğu, ancak duyuşsal ihtiyaçlara kıyasla daha düşük bir düzeyde kaldığı gözlemlenmiştir. Yapılan bir başka araştırmada ise bilişsel ihtiyaçların duyuşsal ihtiyaçlardan daha öncelikli olarak vurgulandığı, ebeveynlerin bilişsel ihtiyaçlarını karşılamak için daha öncelikli olarak paylaşım yaptıkları ortaya konulmaktadır (Alemdar & Kahraman, 2023). Bunun sebebi olarak paylaşan ebeveynlik eyleminin bilgi alışverişini sağlamak için uygun bir kaynak oluşturduğu (Damkjaer, 2018) ve ebeveynlerin çocuk yetiştirme sürecinde çözüm arayışı içerisine girdiklerinde çözümü sosyal medya platformlarında paylaşım yaparak bulmaya çalışmaları (Hachisuka, 2018) belirtilmektedir. Araştırmada, bilişsel-duygusal ihtiyaçlar ise ortalama düzeyde yer alırken, bütünleştirici ihtiyaçların daha düşük bir seviyede olduğu belirlenmiştir. Kaçış ihtiyacına bakıldığında ise bu ihtiyacın en düşük ortalamaya sahip olup, annelerin bu eylemleri kaçış amacıyla gerçekleştirme eğiliminde olmadıkları sonucuna ulaşılmaktadır. İlgili alan yazın incelendiğinde ebeveynlerin kaçış ihtiyaçlarını gidermek için sosyal medya platformlarında çocuklarına ilişkin paylaşım yaptıklarını ortaya koyan araştırmaların yer aldığı görölmektedir (Archer & Kao, 2018;

Livingstone & Blum Ross, 2017; Mc Daniel ve ark., 2012). Araştırma bulguları, annelerin paylaştan ebeveynlik davranışlarının daha çok duygusal ve bilişsel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olduğuna işaret etmektedir.

Araştırmaya katılan annelerin paylaştan ebeveynlik eylemlerini sergileme düzeyleri incelendiğinde eylemi gerçekleştirme düzeylerinin genel olarak düşük ve orta düzeyde yoğunlaştığı görülmektedir. Annelerin çoğunun bu eylemleri orta düzeyde gerçekleştirirken, daha az bir kısmının ise yüksek düzeyde gerçekleştirdiği sonucuna ulaşılmaktadır. Düşük düzeyde paylaşım yapan annelerin de kayda değer bir oranda olduğu anlaşılmaktadır. Bu bulgulardan hareketle, annelerin büyük çoğunluğunun çocuklarına ilişkin paylaşım düzeylerinde belirli bir denge gözetdiği ancak sınırlı sayıda da olsa yoğun paylaşım yapma eğiliminde olan annelerin de bulunduğu söylenebilir. Alemdar (2022), yaptığı araştırmada Sharenting Ölçeğinden elde edilen puanlara göre katılımcı ebeveynlerin sharenting düzeylerini incelemiştir. Araştırmada ebeveynlerin %17'sinin düşük, %64'ünün orta ve %19'unun yüksek düzeyde olduklarını tespit etmiştir. Bu verilerden hareketle ebeveynlerin çoğunun orta düzeyde olduğu görülmektedir.

Araştırmada Paylaştan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği eğitim durumu / yaş / çalışma durumu / çocuk sayısı / teknoloji kullanım sıklığı gibi çeşitli demografik değişkenler bakımından incelenmiştir.

Paylaştan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği eğitim durumu değişkeni açısından incelendiğinde;

Annelerin eğitim durumu ile Paylaştan Ebeveynlik Ölçeği, Paylaşım Davranışı, Sosyal Karşılaştırma, Olumlu ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi alt boyutları puanları arasında anlamlı ilişki bulunmamaktadır. Annelerin eğitim durumu ile Paylaştan Ebeveynlik, Paylaşım Davranışı, Sosyal Karşılaştırma, Olumlu ve Olumsuz Geri

Bildirim Etkisi puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunamaması, çeşitli faktörlere bağlı olabilir. Araştırmaya katılım gösteren bireylerin eğitim düzeylerinin, dijital platformlardaki ebeveynlik davranışlarını doğrudan etkileyen bir faktör olmaması muhtemeldir. Bu durum bu bireylerde, dijital medya kullanımı ve paylaşım alışkanlıklarının eğitim seviyesinden bağımsız olarak şekillenebileceğini düşündürmektedir. Alemdar (2022), yaptığı araştırmada annelerin eğitim durumunu demografik bir değişken olarak ele almış ve annelerin eğitim durumlarına göre Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve alt boyutlarına dair puanlarını incelemiştir. Eğitim durumu lisans ve lisansüstü olan annelerin lise mezunu olan annelere göre Olumsuz Geribildirim Etkisi alt boyutundan aldıkları puanların anlamlı düzeyde daha yüksek olduğunu bulmuştur. Buna göre, eğitim durumu lisans ve lisansüstü olan annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarıyla ilgili paylaşımlarına aldıkları olumsuz geri bildirimlerin etkisinin, lise mezunu annelere olan etkisinden daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Annelerin eğitim durumu ile ayrıca Sharenting Ölçeği, Bilişsel, Duyuşsal, Bilişsel-Duygusal, Bütünleştirici ve Kaçış İhtiyacı puanları arasında da anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Bu bilgilerden hareketle, annelerin eğitim durumunun belirleyici bir faktör olmadığı söylenebilir. Araştırmaya katılan annelerin eğitim durumları ile bu değişkenler arasındaki ilişkisizlik, bu bireylerin dijital dünyayı kullanım biçimlerinin yalnızca eğitim seviyesine bağlı olmadığını düşündürmektedir. İlgili alan yazın incelendiğinde annelerin ya da genel olarak ebeveynlerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ilişkin paylaşım yapma eylemleri ile eğitim düzeyi arasındaki ilişkiyi doğrudan ortaya koyan herhangi bir araştırmaya rastlanmamaktadır. Buna karşın, annelerin %77'sinin ve babaların %67'sinin eğitim durumunun en az lisans düzeyinde olduğu katılımcılarla yapılan bir araştırmada annelerin neredeyse

tamamının, babaların ise büyük çoğunluğunun sosyal medya platformlarında çocuklarına ait fotoğraflar paylaştıklarını belirttikleri görülmektedir (Bartholomew ve ark., 2012).

Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği yaş değişkeni açısından incelendiğinde;

Annelerin yaş dağılımı ile Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ortalama puanları, Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanları, Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları arasında anlamlı bir fark yok iken Paylaşım Davranışı ortalama puanları arasında anlamlı bir fark vardır. 25-44 yaş aralığındaki annelerin Paylaşım Davranışı ortalama puanlarının 45 yaş üstü annelere kıyasla istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ebeveynlerde paylaşım davranışının daha genç yaştaki annelerde daha fazla olduğunu gösteren benzer bir çalışmaya göre, genç ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik eylemine daha fazla eğilim gösterdiği görülmektedir. Bu çalışmanın bulgularına göre sosyal medyanın her yaş grubunda yaygınlaşması, özellikle genç ebeveynlerin sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullanması paylaşan ebeveynlik eylemlerinin artmasına yol açmaktadır. Genç ebeveynler, çocuklarıyla ilgili anları paylaşma konusunda daha istekli olmaktadır (Yegen & Mondal, 2021). Endonezya'da gerçekleştirilen bir çalışma, genç bireylerin sharenting uygulamalarını daha sık gerçekleştirdiğini ve bunun sonucunda çocukların mahremiyeti ile ilgili endişelerin genellikle göz ardı edildiğini göstermektedir. Çalışmaya göre genç annelerin sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmaları, onların yaşam deneyimlerini paylaşma istekliliğini artırmakta ve bu durum, sosyal medya üzerindeki paylaşımın artmasına neden olmaktadır (Dewi, Lasari, & Rinata, 2020). Ebeveynlerde paylaşım davranışının daha genç yaştaki annelerde daha fazla olduğu yönündeki veriler çeşitli sebeplerle açıklanabilir. Sosyal

medya ve dijital platformların genç bireyler arasında yaygın kullanımı, bilgi paylaşımını teşvik etmekte ve bu durum, deneyimlerin daha fazla paylaşılmasına zemin hazırlamaktadır (Jameel & Raewf, 2021). Ayrıca, genç ebeveynlerin daha açık ve yenilikçi bir iletişim tarzına sahip olmaları, onları deneyimlerini paylaşmaya yönlendiren bir diğer faktör olarak ön plana çıkmaktadır (Walrave ve ark., 2023).

Annelerin yaş dağılımı ile Sharenting Ölçeği ortalama puanları, Bilişsel İhtiyaç, Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanları, Bilişsel-Duygusal İhtiyaç ortalama puanları, Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanları ve Kaçış İhtiyacı ortalama puanları arasında anlamlı bir fark yoktur. Annelerin yaş dağılımı ile ihtiyaç ortalama puanları arasında anlamlı bir fark bulunmamasının, farklı yaş gruplarının benzer dijital davranış kalıplarına sahip olmasından kaynaklandığı düşünülebilir. Yaş ilerledikçe, annelerin teknolojiyi kullanım motivasyonlarının ve ihtiyaçlarının değişmemesinin, yaşa bağlı bir fark oluşmamasına yol açtığı düşünülebilir. Ayrıca, yaş grupları arasındaki benzer kültürel ve sosyal etkileşimlerin, dijital platformlarda benzer paylaşım eğilimlerine neden olması muhtemeldir (Barnes & Potter, 2021).

Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği çalışma durumu değişkeni açısından incelendiğinde;

Araştırmaya katılan annelerin çalışma durumu dağılımı ile Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ortalama puanları, Paylaşım Davranışı ortalama puanları, Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanları, Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları arasında anlamlı bir fark yoktur. Bu bilgilerden hareketle; annelerin çalışma durumunun bu tür davranışlar üzerindeki etkisinin sınırlı ya da değişken olabileceği ihtimali düşünülebilir. Diğer bir neden olarak, çalışma durumuna ek olarak daha güçlü etki eden başka faktörlerin (örneğin kişilik özellikleri, sosyal çevre etkisi, sosyal medya kullanım alışkanlıkları...)

davranışları şekillendirmesi düşünülebilir. Buna karşın ilgili alan yazın tarandığında annelerin çalışma durumunun paylaşılan ebeveynlik eylemleri bakımından anlamlı farklılıklar gösterdiği çalışmalara rastlanmaktadır. Yapılan bir araştırmada çalışmayan annelerin çalışan annelere göre ebeveynlik ile ilgili konuları tartışmak ve benzeri gerekçelerle sosyal medya platformlarında çocukları ile ilgili daha çok paylaşım yaptıkları görülmektedir (Davis ve ark., 2015). Bu doğrultuda, çalışmayan annelerin gündelik yaşamlarında sosyal medya platformlarına daha çok zaman ayırabilecekleri ve ebeveyn kimliklerini ön plana çıkartarak “iyi annelik” sunumlarını gerçekleştirmek isteyebilecekleri düşünülmektedir (Fox & Hoy, 2019).

Annelerin çalışma durumu dağılımı ile Sharenting Ölçeği ortalama puanları, Bilişsel İhtiyaç, Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanları, Bilişsel-Duygusal İhtiyaç ortalama puanları, Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanları ve Kaçış İhtiyacı ortalama puanları arasında anlamlı bir fark yoktur. Özellikle paylaşılan ebeveynlik gibi davranışların, annelerin çalışma durumlarından bağımsız olarak sosyo-kültürel ve psikolojik etmenler bağlamında da şekillenebileceği düşünülmektedir (Latipah ve ark., 2020).

Paylaşılan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği çocuk sayısı değişkeni açısından incelendiğinde;

Annelerin çocuk sayısı ile Paylaşılan Ebeveynlik ortalama puanları, Paylaşım Davranışı ortalama puanları, Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanları, Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları arasında anlamlı bir fark yok iken Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bir çocuğu olan annelerin Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanlarının iki çocuğu olan annelere kıyasla anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Paylaşılan ebeveynlik yapan annelerden bir çocuğu olanların olumsuz

geri bildirim etkisi ortalama puanlarının, iki çocuğu olan annelere kıyasla anlamlı ölçüde daha yüksek olması, bir çocuğa sahip olan annelerin ilk ebeveynlik deneyimleri sürecinde onay ve desteğe daha çok ihtiyaç duydukları için sosyal medya platformlarındaki paylaşımları aracılığıyla onay ve destek ihtiyaçlarını karşılamak istemeleri (Ergöl & Yıldız, 2021; Davis ve ark., 2015), sosyal medya platformlarında karşılaştıkları zorluklar hakkında diğer ebeveynlerle kolaylıkla etkileşim kurabildikleri için aldıkları geri bildirimlerin deneyimli annelere göre daha fazla önemsedikleri düşünülmektedir (Aslan & Durmuş, 2020).

Annelerin çocuk sayısı ile Sharenting Ölçeği ortalama puanları, Bilişsel İhtiyaç, Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanları, Bilişsel-Duygusal İhtiyaç ortalama puanları, Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanları ve Kaçış İhtiyacı ortalama puanları arasında anlamlı bir fark yoktur. Annelerin teknoloji kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya davranışlarının, çocuk sayısından bağımsız olarak benzerlik gösterebileceği görölmektedir. Bu durum, anne-çocuk ilişkisi, teknolojiye erişim ve sosyal medya kullanımına dair kişisel tercihlerle de açıklanabilir (Latipah ve ark., 2020). Kopuz (2021), Sharenting Ölçeğini kullanarak yaptığı araştırmada ebeveynlerin sahip olduğu çocuk sayısı arttıkça sharenting puanlarının azaldığını ortaya koymuştur. Buradan hareketle çocuk sayısı arttıkça çocuklara ilişkin paylaşımların azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Tecrübesiz ebeveynlerin sosyal medya platformlarında daha aktif yer aldıkları bilinmektedir (Bartholomew ve ark., 2012). İlk kez çocuk sahibi olan ebeveynlerin onaylanma ihtiyaçlarını gidermek için sosyal medya platformlarına yönelmeleri bu sonucun ortaya çıkma nedenlerinden biri olabilir. Ayrıca, artan çocuk sayısının mevcut iş yükünü artırabileceği ve bu nedenle sosyal medyaya ayrılacak vaktin sınırlandırılabilceği düşünülebilir.

Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği teknoloji kullanım sıklığı değişkeni açısından incelendiğinde;

Annelerin teknoloji kullanım sıklığı dağılımları ile Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ortalama puanları arasında anlamlı bir fark yok iken Paylaşım Davranışı ortalama puanları, Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanları, Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Günlük 7-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Paylaşım Davranışı ortalama puanlarının günlük 1-6 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelere kıyasla anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Teknoloji ile daha fazla vakit geçiren bireylerde paylaşım davranışının daha yüksek olduğunu gösteren benzer çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde yürütülen benzer bir çalışmaya göre, teknoloji ile daha fazla vakit geçiren ebeveynlerin "sharenting" davranışlarına daha olumlu yaklaşımları görülmektedir (Verswijvel ve ark., 2019). Türkiye'de yapılan bir çalışmaya göre teknoloji ve özellikle sosyal medya kullanımı, paylaşım davranışını artıran bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Çalışmada, dijital kullanım düzeyi yüksek olan ebeveynlerin çocuklarına dair bilgileri sosyal medyada daha fazla paylaştıkları görülmüştür (Doğan Keskin ve ark., 2023). Ebeveynler üzerinde yapılan bir başka çalışmaya göre benzer şekilde teknoloji ve sosyal medyayla daha fazla vakit geçiren bireylerin, özellikle ebeveynlerin, paylaşım davranışlarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada, sosyal medya kullanımı arttıkça ebeveynlerin çocuklarına dair daha fazla fotoğraf, video ve bilgi paylaşma eğiliminde olduğu vurgulanmaktadır (Yegen & Mondal, 2021). Teknoloji ile daha fazla vakit geçiren bireylerde paylaşım davranışının daha yüksek olması birkaç sebeple açıklanabilir. Dijital platformlar bireyler arasında sosyal bağları güçlendiren bir araç haline

gelmiştir. Bu platformlar, kişilere düşüncelerini, deneyimlerini ve bilgilerini hızlı bir şekilde paylaşma imkânı sunmaktadır. Böylece bireyler, paylaşım yoluyla sosyal etkileşimlerini artırma ve çevreleriyle daha fazla bağlantı kurma eğiliminde olabilmektedir. Ayrıca, teknoloji kullanımının sürekli olarak içerik üretme ve tüketme alışkanlığını pekiştirdiği görülebilmektedir. Bu süreçte bireyler, içerik paylaşımını bir sosyal norm olarak benimseyebilir ve bu normun etkisiyle paylaşım davranışı artabilir (Van den Abeele ve ark., 2024).

Günlük 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Sosyal Karşılaştırma Davranışı ortalama puanlarının günlük 9 saat üstü teknoloji ile vakit geçiren annelerin puanlarından anlamlı ölçüde yüksek olduğu belirlenmiştir. Türkiye'de ebeveynler üzerinde yapılan bir çalışmaya göre sosyal medya kullanımı arttıkça sosyal karşılaştırma seviyesi de artmaktadır. Çalışmada özellikle anneler arasında, sosyal medya platformları idealize edilmiş annelik imajlarını teşvik ettiği için, annelerin kendilerini diğer annelerle kıyaslama eğiliminde olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, çalışmada annelerin sosyal medyada çocuklarına dair bilgi ve fotoğraf paylaşımlarının, depresif belirtiler ve düşük yaşam memnuniyeti ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Kılıç ve ark., 2021). Endonezya'da yürütülen bir çalışmaya göre teknoloji kullanımı arttıkça sosyal medya gibi platformlar üzerinden sunulan idealize edilmiş ebeveynlik görüntüleri daha fazla kişiye ulaştığı için sosyal karşılaştırma seviyesinin de arttığı görülmektedir. Çalışmada ayrıca, "momfluencer" hesaplarının, diğer ebeveynler için sosyal karşılaştırma baskısını artırdığı ve bu nedenle ebeveynlerin kendilerini yetersiz hissetmelerine neden olabileceği vurgulanmaktadır (Arybowo & Widhiasti, 2024).

Günlük 7 saat üstü teknoloji ile vakit geçiren annelerin Olumlu Geri Bildirim Etkisi ortalama puanlarının günlük 0-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelere

oranla anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Yapılan bir araştırmaya göre benzer şekilde teknolojiyle geçirilen sürenin artması, sosyal medya platformlarında ebeveynlerin daha fazla olumlu geri bildirim alma arzusunu da artırmaktadır. Elde edilen bulgulara göre, ebeveynler sosyal medya üzerinde çocuklarının fotoğraflarını ve hikâyelerini paylaştıklarında, bu paylaşımlar üzerinden olumlu geri bildirim almak, onları daha fazla paylaşım yapmaya teşvik etmektedir. Özellikle, katılımcılar, beğenilerin ve olumlu yorumların kendileri için bir tür onay ve destek sağladığını belirtmişlerdir (Aydoğdu ve ark., 2023). Ebeveynlerde teknolojiyle vakit geçirme süresinin artmasıyla olumlu geri bildirim etkisinin de artması, çeşitli faktörlere dayandırılabilir. Teknoloji aracılığıyla ebeveynler, çocuklarının eğitim ve gelişim süreçleri hakkında bilgi paylaşımı yapma fırsatı bulabilmekte ve bu da ebeveyn-çocuk ilişkisini güçlendirebilmektedir. Bununla birlikte, sosyal medya ve diğer dijital iletişim araçları, ebeveynlerin destek ve olumlu geri bildirim alma olasılığını artırabilmektedir (Lazard, 2022).

Günlük 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Olumsuz Geri Bildirim Etkisi ortalama puanlarının günlük 4-6 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelere oranla anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durumun birkaç potansiyel nedeni bulunabilir. Teknoloji ile geçirilen sürenin artması, bireylerin dijital ortamdaki sosyal normlara daha fazla maruz kalmasına yol açmaktadır. Uzun süreli teknoloji kullanımı, sosyal medya üzerinden yapılan kıyaslamalar ve geri bildirimler aracılığıyla olumlu deneyimlerin yanı sıra olumsuz geri bildirimlerin de artmasına neden olabilmektedir (Albikawi, 2023). Böylece, daha fazla teknoloji kullanan anneler, çevrimiçi platformlarda karşılaştıkları olumsuz eleştiriler nedeniyle daha az güvende hissedebilirler. Diğer bir faktör, zaman yönetimi ve stres düzeyi ile ilişkili olabilir. Günlük 4-6 saat teknoloji kullanan anneler, teknolojiye bağlı olarak artan bilgi

yükü ve dikkat dağınıklığı yaşayabilirler, bu da psikolojik stres seviyelerini artırabilir (Stanković ve ark., 2021). Bu stres durumunun, olumsuz geri bildirim etkisinin daha belirgin hale gelmesine yol açabileceği düşünülebilir. Dolayısıyla, teknoloji ile geçirilen zamanın miktarı ve kalitesi, annelerin deneyimledikleri geri bildirimlerin doğasını etkileyebilir ve bu durum olumsuz geri bildirim etkisinin belirginleşmesine neden olabilir.

Annelerin teknoloji kullanım sıklığı dağılımı ile Sharenting Ölçeği ortalama puanları, Bilişsel İhtiyaç ortalama puanları, Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanları, Bilişsel-Duygusal İhtiyaç ortalama puanları, Bütünleştirici İhtiyaç ortalama puanları ve Kaçış İhtiyacı ortalama puanları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin Sharenting ortalama puanları, günlük 0-3 saat kullanan annelerin puanlarından anlamlı ölçüde daha yüksektir. Nijerya'da yapılan bir çalışmaya göre benzer şekilde incelenen katılımcılarda teknoloji kullanımının artmasıyla birlikte sharenting uygulamalarının da arttığı görülmektedir. Çalışmada sosyal medyanın günlük yaşamımız üzerindeki etkilerinin, ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını paylaşma alışkanlıklarını da etkilediği vurgulanmaktadır (Udenze & Bode, 2020). Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin sharenting ortalama puanlarının, günlük 0-3 saat teknoloji kullanan annelerin puanlarından anlamlı ölçüde daha yüksek olması, teknoloji kullanım süresinin sharenting davranışları üzerindeki etkisine işaret etmektedir. Bu bulgu, araştırmaya katılan annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına dair içerik paylaşma sıklığının, teknolojiye maruz kalma düzeyleri ile paralel olarak arttığını göstermektedir.

Günlük 4-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Bilişsel İhtiyaç ortalama puanlarının günlük 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelere göre anlamlı ölçüde yüksek olduğu belirlenmiştir. Endonezya'da yapılan bir çalışmaya göre

de, teknoloji ile daha fazla vakit geçiren ebeveynlerin bilişsel ihtiyaçlarının daha fazla olduğu söylenebilir. Araştırma, milenyum ebeveynlerinin sharenting davranışlarının motivasyonlarını, stratejilerini ve psikolojik etkilerini incelemiştir. Sonuçlar, ebeveynlerin sharenting yapma motivasyonlarının sosyal destek ve onay alma, çocuklarına bakım yapma becerilerini gösterme, sosyal katılım ve belgeleme gibi unsurları içerdiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, onların çevrimiçi paylaşımlarında daha fazla bilgi edinme ve bilgi paylaşma isteğini artırabilir. Ebeveynlerin, sosyal medyada elde ettikleri bilgi ve deneyimleri, kendi ebeveynlik becerilerini geliştirmek için kullandıkları ve bu süreçte destek aradıkları da bilinmektedir (Latipah ve ark., 2020). 4-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin bilişsel ihtiyaç ortalama puanlarının, günlük 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelere göre anlamlı ölçüde yüksek olmasının birkaç temel nedeni bulunabilir. Teknoloji kullanımı, bireylerin bilgiye erişim ve öğrenme fırsatlarını artırmaktadır. Uzun süreli teknoloji kullanımı, annelerin çeşitli konularda bilgi edinme, araştırma yapma ve yeni beceriler kazanma şansını artırmakta, bu da bilişsel ihtiyaçlarının karşılanmasına yardımcı olmaktadır (Kubb & Foran, 2020). Ayrıca, günlük 4-9 saat teknoloji kullanan anneler, çevrimiçi topluluklara ve sosyal medya platformlarına daha fazla katılma eğiliminde olabilirler. Bu durum, sosyal etkileşimlerin artmasını sağlarken, aynı zamanda annelerin farklı bakış açıları ve deneyimlerle tanışmasına olanak tanımaktadır (Kolhar, Kazi & Alameen, 2021).

Günlük 4-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Duyuşsal İhtiyaç ortalama puanlarının günlük 0-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelere göre anlamlı ölçüde yüksek olduğu belirlenmiştir. Sharenting kavramını inceleyen benzer bir çalışmanın bulguları incelendiğinde, duyuşsal ihtiyaç açısından, sosyal medyada aile fotoğraflarını paylaşmanın annelerin duygusal olarak kendilerini ve ailelerini

olumlu bir şekilde sunmalarını sağlayarak, duygusal ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir araç olduğu söylenbilir. Çalışmaya göre bu bağlamda, sharenting annelerin kimliklerini şekillendirme ve dijital ortamda bu kimliği "onarım" sürecine katkıda bulunmaktadır (Lazard, 2022). Bir başka çalışma, ebeveynlerin beğeni almayı, ebeveynliklerinin onaylanması veya duygusal bağlantılarının güçlendirilmesi olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Bu da, duygusal ihtiyaçlarını karşılamada sosyal medyanın önemli bir rol oynayabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda, daha fazla teknoloji kullanan ebeveynlerin duygusal ihtiyaçlarının sosyal medya üzerindeki geri bildirimlerle daha fazla etkilendiği doğrulanmaktadır (Cino ve ark., 2020). Sosyal medya platformları, annelerin kimliklerini ve ebeveynlik rollerini görünür kılmak ve başkalarıyla paylaşmak için sıklıkla kullandığı araçlar haline gelmektedir. Bu platformlarda alınan geri bildirimler, annelerin ebeveynlik yetkinliklerini onaylayan dışsal bir doğrulama olarak algılanabilmektedir (Syrowik, 2022). Bu durumun, annelerde duygusal tatmin ve onaylanma ihtiyaını artırabileceği dşnlebilir.

Günlük 4-9 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelerin Kaçış İhtiyacı ortalama puanlarının günlük 1-3 saat arası teknoloji ile vakit geçiren annelere kıyasla anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Sosyal medyada ebeveynlerin çocukları hakkında aşırı paylaşım yapma eğilimi, bireylerin gerçek dünyadan kaçmak ya da mevcut stres faktörlerinden uzaklaşmak amacıyla dijital ortamı bir kaçış aracı olarak kullanmasına yol açmaktadır. Ebeveynler, bu platformlarda aldıkları beğeniler ve olumlu geri bildirimlerle kısa süreli bir rahatlama yaşamaktadırlar. Ancak bu durum, uzun vadede daha fazla kaçış arayışına neden olabilmektedir, çünkü ebeveynler sürekli olarak sanal dünyadaki bu tatmini aramaktadırlar. Sonuç olarak, paylaşan ebeveynlik eylemi daha sık teknoloji kullanan ebeveynlerde kaçış ihtiyaını

artırmakta ve gerçek dünyadan uzaklaşma eğilimini pekiştirmektedir. Bu kaçış, dijital ortamda elde edilen geçici tatminlerle ilişkilendirilmektedir (Mc Tigue, 2021).

5.3 Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Eylemleri ve Giderdikleri İhtiyaçlar ile Eylemleri Sergileme Düzeyleri Arasındaki İlişki

Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçeği düzeyleri arasındaki ilişkiye yönelik pearson korelasyon testi bulguları incelendiğinde Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği ve Sharenting Ölçekleri arasındaki ilişkiye yönelik pearson korelasyon testi bulguları istatistiksel açıdan anlamlı veriler sunmaktadır.

Annelerin Sharenting Ölçeği seviyeleri arttıkça Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği, Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır. Bu sonuç, annelerin sosyal medya üzerindeki olumlu etkileşimleri artarken olumsuz deneyimlerinin de azalabileceğini göstermektedir. Sosyal medya, ebeveynler için çocuklarının başarılarını, özel anlarını ve günlük hayatlarını paylaşma fırsatı sunmakta, bu da ebeveynlerde bir tür "sosyal onay" ihtiyacını tatmin etmektedir. Paylaşılan içerikler, beğeniler ve olumlu yorumlar aldıkça, ebeveynler kendilerini daha başarılı ve takdir edilen bireyler olarak görmekte, bu da paylaşım davranışını ve olumlu geri bildirim etkisini artırmaktadır. Bu süreç, ebeveynlerin kendi ebeveynlik becerilerini toplumsal bir ayna aracılığıyla yansıtma ve sosyal kabul görme ihtiyacını beslemektedir (Haley, 2020). Bu bilgilerden hareketle sosyal karşılaştırma davranışının ve olumsuz geri bildirim etki düzeyinin azalması, ebeveynlerin kendi paylaşımlarını idealize ettikleri şekilde sunmaları ve bu sürecin sonunda sosyal çevrelerinden gelen olumlu geri bildirimlerle kendilerini tatmin etmeleriyle açıklanabilir.

Annelerin Bilişsel İhtiyaç seviyeleri arttıkça Paylaşan Ebeveynlik, Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır. Bu doğrultuda, bilişsel ihtiyaçları yüksek olan annelerin, sosyal medya platformlarında paylaşan ebeveynlik eylemlerinin artmasının nedeninin, sosyal medya platformlarında gerçekleştirdikleri çevrimiçi paylaşımlar yoluyla diğer ebeveynlerle tecrübelerini paylaşma (Kopecky ve ark., 2020; Çelik, 2019), paylaştıkları içeriklerle kendi ebeveynlik süreçlerini yapılandırma (Fox & Hoy, 2019) olduğu düşünülmektedir. Diğer yandan, bilişsel ihtiyaç seviyeleri yüksek olan annelerde sosyal karşılaştırma davranışlarının azalmasının nedeni, annelerin sosyal medya etkileşimlerini, başkalarıyla kıyaslama yapmak, rekabet etmek ya da sosyal onay almaktan ziyade, öğrenme ve bilgi edinme amacıyla kullanmaları olarak düşünülebilir. Bu durumun sosyal karşılaştırma davranışının azalmasının bir nedeni olabileceği söylenebilir.

Annelerin Duyuşsal İhtiyaç seviyeleri arttıkça Paylaşan Ebeveynlik, Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri artmaktadır. Bunun yanı sıra Annelerin Duyuşsal İhtiyaç seviyeleri arttıkça Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri azalmaktadır. Bu sonuç, annelerin duygusal ihtiyaçlarının karşılanmasının, sosyal medya üzerindeki olumlu etkileşimlerini artırırken olumsuz deneyimlerini de azaltabileceğini göstermektedir. Annelerin duyuşsal ihtiyaç seviyelerinin artmasıyla birlikte paylaşan ebeveynlik, paylaşım davranışı ve olumlu geri bildirim etkisinin artması, bireylerin duygusal tatmin arayışlarının sosyal medya platformları üzerinden karşılanmasıyla ilişkili olabileceği düşünülebilir. Günümüzde paylaşan ebeveynlik eyleminin duyuşsal yönden bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Latipah ve ark., 2020). Ebeveynler, ebeveynlik hakkındaki duygu ve düşüncelerini ifade edebilmek için sosyal medya platofrmlarını,

sosyal medya paylaşımlarını elverişli bir araç olarak görmektedir. (Brosch, 2017). Ebeveynler çocukları ile ilgili paylaşımlarının onları mutlu ettiğini belirtmişlerdir (Maraşlı ve ark., 2016). Yapılan bir diğer araştırma, ebeveynlerin daha çok mutlu oldukları anlarını paylaşma eğiliminde olduklarını vurgulamaktadır (Brosch, 2016). Wagner ve Gasche (2018), annelerle yürüttükleri bir araştırmada annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ilişkin paylaşım yapma motivasyonları arasında gurur duyma hissinin yer aldığını belirtmektedir. Duyuşsal ihtiyaçları yüksek olan annelerin sosyal medya paylaşımlarına aldıkları beğeni ve olumlu geri bildirimlerin kendilerini daha iyi hissetme ve duygusal tatmin yakalamalarına katkı sağlayabileceği düşünülebilir.

Annelerin Bilişsel-Duygusal İhtiyaç seviyeleri arttıkça Paylaşan Ebeveynlik, Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır. Bu durumun temel nedeninin, annelerin duygusal olarak tatmin olma ve sosyal onay alma ihtiyacının, paylaşım yoluyla karşılanabilmesi olduğu düşünülebilir. Alan yazında bu düşünciyi destekleyen araştırmalar mevcuttur. Sosyal medya paylaşımlarının ebeveyn kimliğinin şekillenmesinde güçlü bir rolü olduğu (Damkjaer, 2018), ebeveynlik statüsünü güçlendirdiği (Holiday ve ark., 2022) ve dolaylı yoldan ebeveynliğin idealize edilen şeklinin sunulmasına imkân sağladığı (Ouvrein & Verswijvel, 2019) bilinmektedir. Annelerin paylaşım motivasyonları arasında annelik modellerini sergilemek (Kumar & Schoenebeck, 2015), toplumsal onay almak (Davidson Wall, 2018; Wagner & Gasche, 2018), iyi annelik rollerini vurgulamak (Fox & Hoy, 2019; Hachisuka, 2018) için çocuklarına ilişkin paylaşım yapmak öne çıkmaktadır. Bu sürecin, paylaşılan içerik üzerinden alınan olumlu geri bildirimlerle

desteklenmekte olduğu, bunun da annelerin kendilerini onaylanmış ve takdir edilmiş hissetmelerine yol açtığı düşünölebilir.

Annelerin Bütünleştirici İhtiyaç seviyeleri arttıkça Paylaşan Ebeveynlik, Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır. Annelerin bütünleştirici ihtiyaç seviyelerinin artmasının, paylaşan ebeveynlik ve paylaşım davranışlarının artmasına, aynı zamanda olumlu geri bildirim etkisinin yükselmesine yol açtığı düşünölebilir. Bu durumun temel nedenlerinden birinin, bütünleştirici ihtiyaçların karşılanmasıyla birlikte annelerin sosyal ilişkilerini ve çevreleriyle kurdukları bağları güçlendirme eğiliminde olmaları olduğu söylenebilir. Bu ihtiyaçların karşılanmasının, annelerin çevreleriyle daha fazla etkileşim kurma ve bu etkileşimleri sürdürme arzusunu artırdığı düşünölebilir. Annelerin sosyal medya platformlarında çocuklarına ilişkin paylaşım yapma motivasyonlarından birinin arkadaş ve aile çevreleri ile iletişimde kalmak olduğu bilinmektedir. (Dursun, 2019; Chrostowska, 2018; Mc Daniel ve ark., 2012). Paylaşan ebeveynlik eylemi, sosyal katılımı sağlamanın bir yolu olarak görölmektedir (Wagner & Gasche, 2018). Yapılan paylaşımlar bireyler, aile ve akrabalar arasında iletişimsel bağlar oluşturmakta (Lazard ve ark., 2019) ve oluşturulan bağları sürdürmeye hizmet etmektedir (Brosch, 2017).

Annelerin Kaçış İhtiyacı ile Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Paylaşan Ebeveynlik kavramı, sosyal medyada ebeveynlerin çocukları hakkında bilgi paylaşma eğilimleriyle ilişkilidir ve bu durum, ebeveynlerin psikolojik kaçış arayışlarından bağımsız olabilmektedir (Latipah ve ark., 2020). Bu bilgilerden hareketle annelerin stres ve gerginliklerinden kurtulmak için çocuklarına ilişkin paylaşım yapmayı tercih etmedikleri sonucuna varılmaktadır. Bu bağlamda,

annelerin kaçış ihtiyaçlarının sosyal medya platformlarında paylaşım yapma davranışlarıyla doğrudan bağlantılı olmadığı düşünülebilir.

Annelerin Kaçış İhtiyacı seviyeleri arttıkça Paylaşım Davranışı, Olumlu Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de artarken Sosyal Karşılaştırma Davranışı ve Olumsuz Geri Bildirim Etkisi düzeyleri de azalmaktadır. Bireylerin günlük yaşantılarının sıkıntılarından ya da geriliminden uzaklaşma ihtiyaçları bireylerin kendileri ya da sosyal rolleri ile temaslarının zayıflaması olarak düşünüldüğünde medya, bireyin ihtiyacını karşılamak için bir kaynak görevi görmektedir (Yaylagül, 2017). Bu bağlamda sosyal medya platformlarının sosyal fayda, öz saygı, kaçış, kaygıyı azaltma ihtiyaçları bağlamında kullanıldığı düşünülebilir (Katz ve ark., 1973). Annelerin kaçış ihtiyacı seviyeleri arttıkça paylaşım davranışı ve olumlu geri bildirim etkisi düzeylerinin artmasının, sosyal medyanın sağladığı dijital ortamın annelere gerçek dünyadan kaçış için dijital bir alan sunmasıyla açıklanabilir. Buna karşın; alan yazında ebeveynlerin stresle mücadele edebilmek için çocuklarına ilişkin paylaşımlar yaptıklarını ortaya koyan araştırmalar da yer almaktadır (Archer & Kao, 2018; Livingstone & Blum Ross, 2017; Mc Daniel ve ark., 2012).

Sonuç olarak,

Elde edilen sonuçlar incelendiğinde, araştırmaya katılan annelerin yaş aralığının genel olarak 25-44 yaş aralığında yoğunlaştığı ve annelerin çoğunluğunun üniversite, lise mezunu oldukları belirlenmiştir. Annelerin büyük bir kısmının çalıştığı ve genellikle bir ya da iki çocuk sahibi oldukları görülmektedir. Annelerin en çok kullandıkları sosyal medya platformları Instagram, WhatsApp ve YouTube olarak yer almaktadır. Annelerin çoğunluğunun 1-6 saat arası teknoloji kullandığı belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan annelerin, sosyal medya üzerinde yüksek düzeyde paylaşım yapma eğiliminde oldukları ve bu davranışların şekillenmesinde hem olumlu

hem de olumsuz geri bildirimlerin etkili olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, sosyal medya platformlarında annelerin alıkları geri bildirimlerin annelerin paylaşım davranışlarını artırmada etkili rol oynadığını göstermektedir.

Annelerin Sharenting Ölçeğine verdikleri yanıtlar incelendiğinde, duyuşsal ihtiyaçların en yüksek ortalamaya sahip olduğu görölmektedir. Bu sonuç, annelerin sosyal medya paylaşımlarında duygusal ihtiyaçlarının baskın olduğu anlamına gelmektedir. Ölçeğe göre araştırmaya katılan annelerin sharenting davranışlarının genellikle düşük ve orta düzeyde olduğu saptanmıştır. Annelerin paylaşım davranışı puanlarının, 45 yaş üstü annelere kıyasla daha yüksek olduğu görölmüştür. Bu sonuç, daha genç yaştaki annelerin sosyal medya paylaşımlarına daha eğilimli olduğunu göstermektedir.

Bir çocuğu olan annelerin olumsuz geri bildirim etkisi puanlarının, iki çocuğu olan annelere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, bir çocuğa sahip annelerin olumsuz geri bildirimlerden daha fazla etkilendiğini göstermektedir.

Günlük 7-9 saat teknoloji kullanan annelerin paylaşım davranışı puanlarının, 1-3 saat ve 4-6 saat teknoloji kullanan annelere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, daha fazla teknoloji kullanan annelerin sosyal medyada daha aktif paylaşım yaptığını göstermektedir.

Günlük 1-3 saat teknoloji kullanan annelerin sosyal karşılaştırma davranışı puanlarının, 9 saatten fazla teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu görölmüştür. Bu sonuç, daha az teknoloji kullanan annelerin sosyal karşılaştırma davranışına daha eğilimli olduğunu göstermektedir.

Günlük 7 saatten fazla teknoloji kullanan annelerin olumlu geri bildirim etkisi puanlarının, 0-3 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek

olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, yoğun teknoloji kullanan annelerin olumlu geri bildirimlerden daha fazla etkilenmeleri anlamına gelmektedir.

Günlük 1-3 saat teknoloji kullanan annelerin olumsuz geri bildirim etkisi puanlarının, 4-6 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, az teknoloji kullanan annelerin olumsuz geri bildirimlerden daha fazla etkilendiğini ifade etmektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin sharenting puanlarının, 0-3 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, daha fazla teknoloji kullanan annelerin çocuklarına dair içerik paylaşımlarında daha aktif olduğunu göstermektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin bilişsel ihtiyaç ortalama puanlarının, 1-3 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanımının annelerin bilişsel ihtiyaçlarını karşılama düzeyini artırdığını göstermektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin duyuşsal ihtiyaç ortalama puanlarının, 0-3 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanımının annelerin duygusal ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin bilişsel-duygusal ihtiyaç ortalama puanlarının, 0-3 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanımının annelerin bilişsel ve duygusal ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin bütünleştirici ihtiyaç ortalama puanlarının, 1-3 saat teknoloji kullanan annelere göre daha yüksek olduğu

belirlenmiştir. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanımının annelerin bütünleştirici ihtiyaçlarının karşılanmasında olumlu bir etki sağladığını göstermektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin kaçış ihtiyacı ortalama puanlarının, 1-3 saat teknoloji kullanan annelere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanımının annelerin kaçış ihtiyacını artırdığını göstermektedir.

Günlük 7-9 saat teknoloji kullanan annelerin paylaşım davranışı puanları, 1-3 saat ve 4-6 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Bu sonuç, yoğun teknoloji kullanımının annelerin sosyal medya üzerinde çocukları ile ilgili daha aktif paylaşım yapma eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Günlük 1-3 saat teknoloji kullanan annelerin sosyal karşılaştırma davranışı puanlarının, 9 saatten fazla teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, az teknoloji kullanan annelerin sosyal karşılaştırma davranışlarına daha eğilimli olduğunu göstermektedir.

Günlük 7 saatten fazla teknoloji kullanan annelerin olumlu geri bildirim etkisi puanlarının, 0-3 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, yoğun teknoloji kullanan annelerin olumlu geri bildirimlerden daha fazla etkilendiğini göstermektedir.

Günlük 1-3 saat teknoloji kullanan annelerin olumsuz geri bildirim etkisi puanlarının, 4-6 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, az teknoloji kullanan annelerin olumsuz geri bildirimlerden daha fazla etkilendiğini göstermektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin sharenting ortalama puanlarının, 0-3 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu tespit

edilmiştir. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanan annelerin çocuklarına dair içerik paylaşımlarında daha aktif oldukları anlamına gelmektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin bilişsel ihtiyaç ortalama puanlarının, 1-saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanımının annelerin bilişsel ihtiyaçlarının karşılanmasında olumlu bir etki sağladığını göstermektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin duyuşsal ihtiyaç ortalama puanlarının, 0-3 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanımının annelerin duygusal ihtiyaçlarının karşılanmasında olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin bilişsel-duygusal ihtiyaç ortalama puanlarının, 0-3 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanımının annelerin bilişsel ve duygusal ihtiyaçlarının karşılanmasında etkili olduğunu göstermektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin bütünleştirici ihtiyaç ortalama puanları, 1-3 saat teknoloji kullanan annelere göre daha yüksektir. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanımının annelerin sosyal bağlantı ve etkileşim ihtiyaçlarını daha iyi karşıladığını göstermektedir.

Günlük 4-9 saat teknoloji kullanan annelerin kaçış ihtiyacı ortalama puanlarının, 1-3 saat teknoloji kullanan annelere göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, orta düzeyde teknoloji kullanımının annelerin kaçış ihtiyacını artırdığını göstermektedir.

Annelerin sharenting seviyeleri arttıkça, paylaşan ebeveynlik, paylaşım davranışı ve olumlu geri bildirim etkisi düzeyleri artmakta, sosyal karşılaştırma davranışı ve olumsuz geri bildirim etkisi ise azalmaktadır. Bu sonuç, sharenting

davranışlarının arttıkça annelerin olumlu deneyimlerinin güçlendiğini ve olumsuz sosyal karşılaştırmalara daha az maruz kaldıklarını göstermektedir.

Annelerin bilişsel ihtiyaç seviyeleri arttıkça, paylaşılan ebeveynlik, paylaşım davranışı ve olumlu geri bildirim etkisi düzeyleri artmakta; sosyal karşılaştırma davranışı ve olumsuz geri bildirim etkisi düzeyleri ise azalmaktadır. Bu sonuç, bilişsel ihtiyaçların karşılanması, annelerin sosyal medya etkileşimlerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Annelerin duyuşsal ihtiyaç seviyeleri arttıkça paylaşılan ebeveynlik, paylaşım davranışı ve olumlu geri bildirim etkisi düzeyleri artmakta; sosyal karşılaştırma davranışı ve olumsuz geri bildirim etkisi düzeyleri ise azalmaktadır. Bu sonuç, annelerin duygusal ihtiyaçlarının karşılanması, sosyal medya üzerindeki olumlu etkileşimlerini artırırken olumsuz deneyimlerini de azaltabileceğini göstermektedir.

Annelerin bilişsel-duygusal ihtiyaç seviyeleri arttıkça, paylaşılan ebeveynlik, paylaşım davranışı ve olumlu geri bildirim etkisi artmakta; sosyal karşılaştırma davranışı ve olumsuz geri bildirim etkisi ise azalmaktadır. Bu sonuç, bilişsel-duygusal ihtiyaçların karşılanması annelerin sosyal medya davranışlarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Annelerin bütünleştirici ihtiyaç seviyeleri arttıkça paylaşılan ebeveynlik, paylaşım davranışı ve olumlu geri bildirim etkisi artmakta; sosyal karşılaştırma davranışı ve olumsuz geri bildirim etkisi ise azalmaktadır. Bu sonuç, annelerin bütünleştirici ihtiyaçlarının yüksek olduğu durumlarda sosyal medya etkileşimlerinin daha olumlu bir hale geldiğini göstermektedir.

Annelerin kaçış ihtiyacı seviyeleri arttıkça, paylaşım davranışı ve olumlu geri bildirim etkisi düzeyleri artmakta; sosyal karşılaştırma davranışı ve olumsuz geri bildirim etkisi düzeyleri ise azalmaktadır. Bu sonuç, annelerin stres veya zorluklardan

kaçış arayışlarının, sosyal medya etkileşimlerini ve paylaşım davranışlarını etkilediğini göstermektedir.

Bölüm 6

ÖNERİLER

Araştırmada elde edilen sonuçlardan yola çıkarak geliştirilen önerilere bu bölümde yer verilmiştir. Öneriler maddeler halinde aşağıda belirtildiği şekildedir.

- Annelere yönelik bilinçli teknoloji kullanımı ve sağlıklı sosyal medya kullanım alışkanlıkları konularında sağlıkçılar, eğitimciler ve uzmanlar tarafından sosyal destek programları geliştirilmelidir.
- Anneler için sosyal medya platformlarında çocuğun hakları, mahremiyeti ve korunması bağlamında rehberlik sunan programlar geliştirilmelidir. Bu sayede, çocukların hakları ve mahremiyetleri korunurken, annelerin güvenli ve sorumlu paylaşım yapmaları teşvik edilmelidir.
- Sosyal medya platformları aracılığıyla, annelere yönelik istendik sosyal medya kullanım alışkanlıklarını teşvik edici uygulamalar geliştirilmelidir. Annelerin sosyal medya üzerindeki paylaşım alışkanlıklarını dengelemeleri, aşırı paylaşımların önüne geçmeleri için dijital detoks ve benzer farkındalık etkinlikleri düzenlenmelidir. Mümkünse, annelerin dikkatleri dijital dünyadan gerçek dünyaya çekilmeli ve uygun teknoloji kullanımını desteklemek amacıyla, fiziksel aktiviteler veya doğa temelli sosyal gruplar oluşturulmalıdır.
- Annelerin bilgi alışverişi yapabileceği, diğer annelerle duygu ve düşüncelerini güvenli şekilde paylaşabileceği destekleyici sosyal topluluklar oluşturulmalıdır. Böylece sosyal karşılaştırma davranışı yerine dayanışma ve paylaşım teşvik edilmelidir.

- Sosyal medya algoritmalarında, annelerin sosyal karşılaştırma davranışını tetikleyici içeriklerle daha az / hiç karşılaşmalarını sağlayacak düzenlemeler yapılmalıdır.
- Sosyal medya platformlarında, annelerin olumlu deneyimlerini paylaşımlarını teşvik eden, olumlu geri bildirim döngüsünü destekleyecek sosyal ağlar kurulmalıdır. Bu ağlar, çeşitli etkinlikler aracılığıyla desteklenerek olumlu geri bildirimlerin yüz yüze etkileşim yolu ile de pekiştirilmesini desteklemelidir.
- Annelerin sosyal medya platformlarında olumsuz geri bildirimlerin etkisini azaltabilecekleri gizlilik ve güvenlik ayarları ile ilgili destekleyici eğitimler çeşitli içerikler aracılığı ile sunulmalıdır.
- Annelerin bilişsel ihtiyaçlarını karşılamak için bilgi paylaşımını teşvik eden, annelerin teknoloji ile etkileşimde bulunarak zihinsel olarak aktif kalmalarını sağlayacak güvenli çevrimiçi forumlar ve tartışma platformları bulunarak annelerle paylaşılmalıdır. Bu platformlar, anneler için çeşitli uygulamalar ve etkinliklerle bilişsel gelişimi destekleyici atölye çalışmaları planlanarak annelerin dikkatlerini yeni beceriler edinmeye yoğunlaştırmada etkili olabilir.
- Annelere yönelik duygusal destek grupları çevrimiçi ve çevrimdışı etkileşimler yoluyla annelere yönelik sanat ve yaratıcı yazarlık atölyeleri düzenleyerek, annelerin duygusal ifadelerini güçlendirmelerine ve bu yollarla duygusal ihtiyaçlarını gidermelerine olanak tanınmalıdır. Böylece, sosyal medya platformlarının yanı sıra gerçek hayattaki duygusal bağlarını da kuvvetlendirmiş olurlar.
- Annelerin kaçış ihtiyaçlarını karşılamalarına yönelik stres yönetimi ve rahatlama teknikleri içeren yayınlar, programlar sunulmalıdır. Bunun yanı sıra, anneler sosyal medya platformları aracılığıyla doğal ortamda yapılan

aktiviteler ve hobi grupları etkinliklerine katılmaya teşvik edilmeli ve bu aktiviteler onlara kaçış ve dinlenme fırsatları sunmalıdır. Örneğin, doğa yürüyüşleri, yoga veya sanat terapisi gibi etkinlikler, anneler için zihinsel rahatlama sağlayabilir.

- Annelerin paylaşımlarını olumlu ve destekleyici bir atmosferde gerçekleştirebilmeleri için çevrimiçi güvenli alanlar oluşturulmalıdır. Sanal atölye çalışmaları düzenlenerek, annelere içerik oluşturma ve paylaşım konusunda yaratıcı beceriler kazandırılmalıdır.
- Annelerin sosyal karşılaştırma davranışları ve olumsuz geri bildirim etkilerinden korunmaları için karşılaştırma yerine destek ve dayanışmayı vurgulayan, annelerin sosyal medya alışkanlıklarını dengelemelerini sağlayacak duygusal zekâ ve özsaygı geliştirmeye yönelik çevrimiçi atölyeler düzenlenmelidir. Ayrıca, annelerin günlük yaşamda karşılaştıkları olumsuz durumlarla başa çıkmalarını sağlamak için stres yönetimi ve öz-yeterlilik konularında çevrimiçi atölye eğitimleri uygulanabilir.
- Benzer çalışma, babalarla yapılan çalışmaların sınırlı olduğu da göz önünde bulundurularak sadece babalarla da planlanabilir.
- Benzer çalışma, ebeveynlerin paylaşan ebeveynlik durumlarını ortaya koymak için her iki ebeveynin katılımı ile de planlanabilir.
- Paylaşan ebeveynlik eylemleri bağlamında çeşitli reklam ve medya kuruluşları iş birlikleri ile güvenli teknoloji, medya ve internet kullanımına yönelik reklam kampanyaları, kamu spotları, bilgilendirici programlar düzenlenmelidir.
- Paylaşan ebeveynlik eylemleri bağlamında sivil toplum örgütleri ve devlet aracılığıyla paylaşan ebeveynlik eylemlerinin olası sonuçları, riskler ve alınabilecek önlemler için aile eğitimleri, bilgilendirici seminerler

düzenlenmelidir. Kanunlar vurgulanarak bilinçlendirmeye yönelik çalışmalar gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKLAR

- Abidin, C. (2015). Micromicrocelebrity: Branding Babies On the internet. *M/c Journal*, 18 (5).
- Akgül, A. (2015). Kişisel Verilerin Korunmasında Yeni Bir Hak:" Unutulma Hakkı" ve AB Adalet Divanı'nın" Google Kararı. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, (116), 1-38.
- 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.
- Albayrak, E. S. (2020). Sosyal Medya Platformlarında Dijital Detoks: Deneysel Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (44), 252-266.
- Albikawi, Z. F. (2023). Anxiety, Depression, Self Esteem, internet Addiction and Predictors of Cyberbullying and Cybervictimization Among Female Nursing University Students: A Cross Sectional Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20 (5), 4293.
- Alemdar, E. (2022). *Annelerin Paylaşan Ebeveynlik (Sharenting) Eylemlerini İnceleyen Ölçek Geliştirme Çalışması*. (Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi).

- Alemdar, E., Kahraman, S. (2023). Annelerin Paylaşan Ebeveynlik (Sharenting) Eylemlerini İnceleyen Ölçek Geliştirme Çalışması. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 9 (1), 70-82.
- Alper, A., Akyol, C., Ünal, E., Aydın, F. (2012). Sosyal Ağlar. Ankara: *Pelikan Yayıncılık*.
- Altun, D. (2019). an Investigation of Preschool Children's Digital Footprints and Screen Times, and of Parents'sharenting and Digital Parenting Roles. *International Journal of Eurasia Social Sciences/Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (35).
- Ammari, T., Kumar, P., Lampe, C., Schoenebeck, S. (2015). Managing Children's Online Identities: How Parents Decide What to Disclose About Their Children Online. In *Proceedings of the 33rd annual ACM Conference On Human Factors In Computing Systems*, 1895-1904.
- Appel, M., Stiglbauer, B., Batinic, B., Holtz, P. (2014). internet Use and Verbal Aggression: the Moderating Role of Parents and Peers. *Computers In Human Behavior*, 33, 235-241.
- Archer, C., Kao, K. T. (2018). Mother, Baby and Facebook Makes Three: Does Social Media Provide Social Support For New Mothers?. *Media International Australia*, 168 (1), 122-139.

- Arybowo, Y., Widhiasti, M. R. (2024). Hyperreality In Sharenting: Challenges of Being an Indonesian Parent Today. *International Review of Humanities Studies*, 9 (2), 5.
- Aslan, S., Durmuş, E. (2020). Okul Öncesi Dönemde Güncel Bir Ebeveyn Davranışı: Sharenting. *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi*, 4 (1), 135-151.
- Aslam, S. (2020). Instagram By the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts. *Omnicores Agency*, 10.
- Atalay, Z., Tamkoç, B. (2022). Tiktok Kullanan Gençlerin Kendilik Algılarının İncelenmesi. *Sosyal Sağlık Dergisi*, 2 (2), 17-35.
- Aydoğdu, F., Güngör, B. Ş., Öz, T. A. (2023). Does Sharing Bring Happiness? Understanding the Sharenting Phenomenon. *Children and Youth Services Review*, 154, 107122.
- Ayhan, H., Öztürk, E. (2021). Dijital Dünyada Ebeveyn Olmanın Görünürde Normal Bir Yansıması Olarak Paylaşan Ebeveynlik (Sharenting): Geleneksel Bir Derleme. *Türkiye Klinikleri Journal of Forensic Medicine and Forensic Sciences*, 18 (2), 165-177.
- Baki, A., Gökçek, T. (2012). Karma Yöntem Araştırmalarına Genel Bir Bakış. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (42), 1-21.

- Balaban, H. Ö. (2022). Demographic, Social Network Structure-and Instagram Use Related Factors Predicting Parents' Sharenting Behaviors. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 14 (1), 28-36.
- Baltacı, A. (2017). Nitel Veri Analizinde Miles - Huberman Modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (1), 1-14.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2), 368-388.
- Baritci, F., Fidan, Z. (2018). Sosyal Ağlarda Benlik Sunumuna Dair Bir Distopya: Black Mirror Dizisi Örneği. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (54), 37-63.
- Barnes, R., Potter, A. (2021). 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.
- Başoğlu, R. (2020). Annelerin Sosyal Medya Kullanımı ve Instagramda Olan Popüler Anneler. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 7 (1), 857-873.

- Baştemur, Ş., Borucu, D. H., Bulut, S. (2021). Ebeveynlerin Çocuklarının Fotoğrafını Sosyal Medyada Paylaşmasının (Sharenting) Psikolojik Sonuçları: Bir Sharenting Olgu İncelemesi. *Turk J Child Adolesc Ment Health*, 28 (2), 166-173.
- Bayzan, Ş. (2009). Türkiye ve Dünyada internet Yasakları ve Sansür Kavramı İle Zararlı İçeriğe Karşı Yaptırım ve Uygulamalara Genel Bir Bakış. *Akademik Bilişim 2009 Konferansı*.
- BBC Türkçe. (2016, 3 Kasım). *Çocukların fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmak iyi bir fikir mi?* <https://www.bbc.com/turkce/haberler-37846302>
- Biernacki, P., Waldorf, D. (1981). Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. *Sociological Methods & Research*, 10 (2), 141-163.
- Blum Ross, A. (2015). 'Sharenting': Parent Bloggers and Managing Children's Digital Footprints. *Parenting For A Digital Future*.
- Bronfenbrenner, U. (1977). Toward an Experimental Ecology of Human Development. *American Psychologist*, 32 (7), 513.
- Brosch, A. (2016). When the Child Is Born Into the internet: Sharenting As A Growing Trend Among Parents On Facebook.
- Brosch, A. (2017). Sharenting - Nowy Wymiar Rodzicielstwa?.

Brosch, A. (2018). Sharenting - Why Do Parents Violate Their Children's Privacy?. *the New Educational Review*, 54, 75-85.

Brosch, A. (2019). Children's Rights In Digital Environment-Cultural and Geographical Contexts Across Europe and Africa. *the New Educational Review*, 56, 215-229.

Bulduklu, Y., Karaçor, S. (2019). Kitle İletişim Kuramları. Konya: *Çizgi Kitabevi*.

Canbek, G., Sağıroğlu, Ş. (2007). Çocukların ve Gençlerin Bilgisayar ve internet Güvenliği. *Politeknik Dergisi*, 10 (1), 33-39.

Cansızlar, M. M. (2023). Beliren Yetişkinlerin Sharenting Yaşantılarına İlişkin Görüşleri: Nitel Bir Çalışma. (*Master's thesis*) Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Chalklen, C., Anderson, H. (2017). Mothering On Facebook: Exploring the Privacy/Openness Paradox. *Social Media + Society*, 3 (2), 2056305117707187.

Choi, G. Y., Lewallen, J. (2018). "Say Instagram, Kids!": Examining Sharenting and Children's Digital Representations On Instagram. *Howard Journal of Communications*, 29 (2), 144-164.

Chrostowska, B. (2018). Sharenting Skala I Wielowymiarowość Zjawiska (Nierozważnego) Ujawniania Przez Rodziców Informacji O Dzieciach W

Mediach Społecznościowych. *Problemy Wczesnej Edukacji*, 4 (43), 58-68.
doi:10.26881/pwe.2018.43.05

Cino, D., Demozzi, S., Subrahmanyam, K. (2020). “Why Post More Pictures If No One Is Looking At Them?” Parents’ Perception of the Facebook Like In Sharenting. *the Communication Review*, 23 (2), 122-144.

Clark. (2019). Meaningful Integration Within Mixed Methods Studies: Identifying Why, What, When, and How. *Contemporary Educational Psychology*, 57, 106-111.

Clark, L. S. (2011). Parental Mediation Theory For the Digital Age. *Communication Theory*, 21 (4), 323-343.

Clark, S. J., Davis, M. M., Singer, D. C., Matos Moreno, A., Kauffman, A. D. ve Hale, K. (2015). Parents On Social Media: Likes and Dislikes of Sharenting: C. S. Mott 76 Children’s Hospital National Poll. *National Poll on Children’s Health*.
https://mottpoll.org/sites/default/files/documents/031615_sharenting_0.pdf.
adresinden erişildi.

Creswell, J. W., Creswell, J. D. (2017). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. *Sage Publications*.

Çalapkulu, Ç., Alp, F. (2020). Dijital Ebeveynler İle Çocukların Sosyal Medya Kullanımı Üzerindeki Mahremiyet İlişkisi. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2), 132-144.

- Çelik, Ö. E. (2019). Dijital Yerli Ebeveynlere Yönelik Dijital Pazarlama Stratejisi ve Yöntemleri Üzerine Nitel Bir Araştırma.
- Çetin, Ş. E., Ayhan, A. (2020). Katılımcı Kültür Olgusu Bağlamında Sosyal Medya: Netnografik Bir Analiz. *Intermedia International E-journal*, 7 (12), 47-69.
- Çoban, İ., Doğan, A. (2022). Sosyal Medya Ebeveynliği: Ebeveynlerin Sosyal Medya Davranışları Üzerine Bir Derleme. *Nesne*, 10 (24), 264-277.
- Damkjaer, M. S. (2018). Sharenting = Good Parenting?: Four Parental Approaches to Sharenting On Facebook.
- Das, R. (2023). Parents' Understandings of Social Media Algorithms In Children's Lives In England: Misunderstandings, Parked Understandings, Transactional Understandings and Proactive Understandings Amidst Datafication. *Journal of Children and Media*, 17 (4), 506-522.
- Davidson Wall, N. (2018). Mum, Seriously!": Sharenting the New Social Trend With No Opt-Out. *Debating Communities and Social Networks OUA Conference*, 1-11.
- Davis, M. M. (2015). Parents On Social Media: Likes and Dislikes of Sharenting. *National Poll on Children's Health. CS Mott Children's Hospital, the University of Michigan*.

- Davis, M. M., Clark, S. J., Singer, D. C., Hale, K., Matos Moreno, A., Kauffman, A. D. (2015). Parents On Social Media: Likes and Dislikes of Sharenting. *CS Mott Children's Hospital, University of Michigan Health System*, 23 (2), 187.
- Dewi, S. I., Lasari, Y., Rinata, A. R. (2020). Sharenting: New Practice of Parenting İn Digital Age.
- Dhir, A., Pallesen, S., Torsheim, T., Andreassen, C. S. (2016). Do Age and Gender Differences Exist İn Selfie-Related Behaviours?. *Computers in Human Behavior*, 63, 549-555.
- Digital in 2021 (2011). Global Digital Report 2019. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.
- Doğan Keskin, A., Kaytez, N., Damar, M., Elibol, F., Aral, N. (2023). Sharenting Syndrome: an Appropriate Use of Social Media?. In *Healthcare* (Vol. 11, No. 10, p. 1359).
- Dönmez, D., Dolgun, D. (2019). Yeni Nesil Ebeveynlik ve Sosyal Medya Bağlamında Blogger Anneler.
- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). the Demographics of Social Media Users, (Vol. 14). Washington, DC: *Pew Research Center's internet & American Life Project*.
- Duggan, M., Lenhart, A., Lampe, C., Ellison, N. B. (2015). Parents and Social Media. *Pew Research Center*, 16 (1), 2.

- Durak, A. (2019). *Ebeveyn Arabuluculuğunun Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi (Master's thesis)*, Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Dursun, C. (2019). Ebeveynlerin Çocuklarını Sosyal Medyada Teşhiri: Çocuk Hakları Bağlamında Bir Değerlendirme. *Çocuk ve Medeniyet*, 4 (8), 195-208.
- Duygulu, S. (2019). Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşmanın Mahremiyet İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Değerlendirilmesi. *TRT Akademi*, 4 (8), 428-487.
- Ergül, G., Yıldız, S. (2021). Sosyal Medyada Sosyal Annelik: Instagram Anneliği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2), 611-627.
- Erişir, R. M., Erişir, D. (2018). Yeni Medya ve Çocuk: Instagram Özelinde “Sharenting” “Paylaşanababalık” Örneği. *Yeni Medya*, (4), 50-64.
- Eroğlu, A.(2018). Sosyal Medyada Çocukların Meta Olarak Kullanılması: Instagram Anneleri Örneği. *(Master's Thesis)*, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Esgin, Y., Eken, İ. (2020). Sharenting Bağlamında Ebeveynlerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Çocukların Mahremiyet Hakları Üzerine Bir İnceleme. *Şebnem Özdemir, Gül Dilek Türk, Nobel Yay., Ankara*, 200-208.
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7 (2), 117-140.

Fisher, M., Taub, A. (2019). On Youtube's Digital Playground, A Gate Left Wide Open For Pedophiles. *the New York Times*.

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.

Garmendia, M., Martinez, G., Garitaonandia, C. (2022). Sharenting, Parental Mediation and Privacy Among Spanish Children. *European Journal of Communication*, 37 (2), 145-160.

Glnar, B., Balcı, Ő. (2011). Yeni Medya ve KltrleŐen Toplum. Literatürk.

Güngör, A. (2021). Sosyal Medyada ocuk Hakları İhlali ve ocuk İstismarı: Instagram Anneleri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (54), 1-24.

Güngör, N. (2011). İletişime Giriş. *Siyasal Kitabevi*.

Güzel, C. (2020). Sosyal Medyanın Neliği, Gelişimi ve Kullanım Alanları zerine Kuramsal Bir İnceleme. *Sosyolojik DüŐün*, 5 (2), 93-112.

Hachisuka, R. (2018). Sosyal Medyada Anneliğin Yansıyan Halleri. (Yüksek Lisans Tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Haley, K. (2020). Sharenting and the (Potential) Right to Be Forgotten. *Ind. LJ*, 95, 1005.

- Hinojo Lucena, F. J., Aznar Diaz, I., Caceres Reche, M. P., Trujillo Torres, J. M., Romero Rodriguez, J. M. (2020). Sharenting: internet Addiction, Self Control and Online Photos of Underage Children. *Comunicar: Media Education Research Journal*, 28 (64), 93-103.
- Holiday, S., Norman, M. S., Densley, R. L. (2022). Sharenting and the Extended Self: Self-Representation In Parents' Instagram Presentations of Their Children. *Popular communication*, 20 (1), 1-15.
- Holloway, D., Green, L., Livingstone, S. (2013). Zero to Eight: Young Children and Their internet Use.
- Hong, C., Chen, Z. F., Li, C. (2017). “ Liking ” and Being “ Liked ” : How Are Personality Traits and Demographics Associated With Giving and Receiving “Likes” On Facebook?. *Computers in Human Behavior*, 68, 292-299.
- Huang, G., Li, X., Chen, W., Straubhaar, J. D. (2018). Fall Behind Parents? the Influential Factors On Digital Parenting Self Efficacy In Disadvantaged Communities. *American Behavioral Scientist*, 62 (9), 1186-1206.
- Hutchby, I., Wooffitt, R. (2008). *Conversation analysis*. Polity.
- İşman, A., Odabaşı, H. F., Akkoyunlu, B. (2016). Eğitim Teknolojileri Okumaları 2016. *İçinde: Dijital Dünyanın Ailesi: İnternetik Aile, Yaman F, Dönmez O, Yurdakul IK, Odabaşı HF.(11. Bölüm, 173-192). Ankara: Salmat Basım Yayıncılık Ambalaj Sanayi Tic. Ltd. Şti.*

- Jameel, A. S., Raewf, M. B. (2021). Impact of Social Networking and Technology On Knowledge Sharing Among Undergraduate Students. *International Business Education Journal*, 14 (1), 1-16.
- Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational researcher*, 33 (7), 14-26.
- Jorge, A., Marôpo, L., Coelho, A. M., Novello, L. (2022). Mummy Influencers and Professional Sharenting. *European Journal of Cultural Studies*, 25 (1), 166-182.
- Karabacak, Z. İ., Sezgin, A. A. (2019). Türkiye’de Dijital Dönüşüm ve Dijital Okuryazarlık. *Türk İdare Dergisi*, 1 (488), 319-343.
- Karaboğa, M. T. (2019). Dijital Medya Okuryazarlığında Anne ve Baba Eğitimi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 14 (20), 2040-2073.
- Karataş, S., Aydoğan, Ş. (2024). Sosyal Medyada İhlal “Sharenting” Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 9 (1), 134-157.
- Kartal, G. (2019). What’s Up With Whatsapp? A Critical Analysis of Mobile Instant Messaging Research İn Language Learning. *International Journal of Contemporary Educational Research*, 6 (2), 352-365.

- Katz, E., Haas, H., Gurevitch, M. (1973). On the Use of the Mass Media For Important Things. *American Sociological Review*, 164-181.
- Keith, B. E., Steinberg, S. (2017). Parental Sharing On the internet: Child Privacy İn the Age of Social Media and the Pediatrician’s Role. *JAMA Pediatrics*, 171 (5), 413-414.
- Kılıç, B. O., Kılıç, S., Ulukol, B. (2024). Exploring the Relationship Between Social Media Use, Sharenting Practices, and Maternal Psychological Well Being. *Archives de Pediatrie*.
- Kinghorn, B. E. (2018). Why Shaming Your Children On Social Media May Make Things Worse. *the Conversation*, 13.
- Kolhar, M., Kazi, R. N. A., Alameen, A. (2021). Effect of Social Media Use On Learning, Social İnteractions, and Sleep Duration Among University Students. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 28 (4), 2216-2222.
- Kopecky, K., Szotkowski, R., Aznar Diaz, I., Romero Rodriguez, J. M. (2020). the Phenomenon of Sharenting and İts Risks İn the Online Environment. Experiences From Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, 110, 104812.
- Kopuz, T. (2021). *Ebeveynlerin Dijital Dünyada Paylaşımları: Sharenting*. (Yüksek Lisans Tezi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi).

Kopuz, T., Turgut, Y. E., Aslan, A. (2022). Sharenting: Kavramsal Bir Çözümleme. *Intermedia International E-journal*, 9 (17), 379-390.

Köklü, N., Büyüköztürk, Ş., Çokluk Bökeoğlu, Ö. (2006). Sosyal Bilimler İçin İstatistik. *Pegem A Yayıncılık*.

Kubb, C., Foran, H. M. (2020). Online Health Information Seeking By Parents For Their Children: Systematic Review and Agenda For Further Research. *Journal of Medical internet Research*, 22 (8), e19985.

Kumar, P., Schoenebeck, S. (2015). the Modern Day Baby Book: Enacting Good Mothering and Stewarding Privacy On Facebook. In *Proceedings of the 18th ACM Conference On Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1302-1312.

Kuyucu, M. (2016). Kullanımlar ve Doyumlar Perspektifinden Radyo Dinleme Alışkanlıkları ve Doyumları. In *Proceedings of SOCIOINT 2016 3rd International Conference on Education, Social Sciences and Humanities* 23-25.

Küçükali, A., Serçemeli, C. (2019). Çocukların Sosyal Medyadaki Mahremiyet Hakları ve “Sharenting” Üzerine Bir Uygulama: Atatürk Üniversitesi Örneği. *the Journal of International Social Research*, 12 (68), 1176-1186.

Kürkçü, D. D. (2024). Dijital Mahremiyetin Boyutları: Dijital Alanda Araştırmalar Ve Tartışmalar (Bölüm 3, Temel İlke Ve Hedefler, s. 39).

Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F., Putranta, H. (2020). Elaborating Motive and Psychological Impact of Sharenting In Millennial Parents.

Lazard, L. (2022). Digital Mothering: Sharenting, Family Selfies and Online Affective-Discursive Practices. *Feminism & Psychology*, 32 (4), 540-558.

Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A., Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, Affect and the Day to Day Politics of Digital Mothering. *Social and Personality Psychology Compass*, 13 (4).

Lee, S. Y. (2014). How Do People Compare Themselves With Others On Social Network Sites?: the Case of Facebook. *Computers In Human Behavior*, 32, 253-260.

Le Moignan, E., Lawson, S., Rowland, D. A., Mahoney, J., Briggs, P. (2017). Has Instagram Fundamentally Altered the family Snapshot?. In *Proceedings of the 2017 CHI Conference On Human Factors In Computing Systems*. 4935-4947.

Light, B. (2014). *Disconnecting with social networking sites*. Springer.

Livingstone, S., Blum Ross, A. (2017). Researching Children and Childhood In the Digital Age. In *Research with children*, 66-82. Routledge.

Livingstone, S., Blum Ross, A., Zhang, D. (2018). What Do Parents Think, and Do, About Their Children's Online Privacy?.

- Livingstone, S., Byrne, J. (2018). Parenting In the Digital Age: the Challenges of Parental Responsibility In Comparative Perspective.
- Lowe, M. L., Haws, K. L. (2019). Confession and Self Control: A Prelude to Repentance Or Relapse?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 116 (4), 563.
- Lupton, D. (2016). the Use and Value of Digital Media For Information About Pregnancy and Early Motherhood: A Focus Group Study. *BMC Pregnancy and Childbirth*, 16, 1-10.
- Lupton, D., Pedersen, S., Thomas, G. M. (2016). Parenting and Digital Media: From the Early Web to Contemporary Digital Society. *Sociology Compass*, 10 (8), 730-743.
- Magid, L. J. (1998). *Child Safety On the Information Highway*. National Center for Missing and Exploited Children (NCMEC).
- Maltz Bovy, P. (2013). the Ethical Implications of Parents Writing About Their Kids. *the Atlantic*, 29, 2021.
- Mann, K., Kiefer, F., Schellekens, A., Dom, G. (2017). Behavioural Addictions: Classification and Consequences. *European Psychiatry*, 44, 187-188.
- Manotipya, P., Ghazinour, K. (2020). Children's Online Privacy From Parents' Perspective. *Procedia Computer Science*, 177, 178-185.

- Maraşlı, M., Sühendan, E., Yılmaztürk, N. H., Çok, F. (2016). Parents' Shares On Social Networking Sites About Their Children: Sharenting. *the Anthropologist*, 24 (2), 399-406.
- McDaniel, B. T., Coyne, S. M., Holmes, E. K. (2012). New Mothers and Media Use: Associations Between Blogging, Social Networking, and Maternal Well Being. *Maternal and Child Health Journal*, 16, 1509-1517.
- McTigue, M. (2021). Communication Ethics of “Sharenting”: A Content Analysis of Instagram Mom Meso-Influencers.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self Presentation 2.0: Narcissism and Self Esteem On Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13 (4), 357-364.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1994). Qualitative Data Analysis: an Expanded Sourcebook. *Thousand Oaks*.
- Morris, M. R. (2014). Social Networking Site Use By Mothers of Young Children. In *Proceedings of the 17th ACM Conference On Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1272-1282.
- Moser, C., Chen, T., Schoenebeck, S. Y. (2017). Parents' and Children's Preferences About Parents Sharing About Children On Social Media. In *Proceedings of the 2017 CHI Conference On Human Factors In Computing Systems*, 5221-5225.

Müezzın, Y. (2022). *the Parental and Individual Predictors of Sharenting within a Turkish Speaking Sample* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Doğu Akdeniz Üniversitesi, Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti.

Omur, S., Uyar, M. (2022). Sharenting: Türkiye’de Ebeveynlerin Paylaşım Eğilimleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (9), 23-45.

Ong, E. Y., Ang, R. P., Ho, J. C., Lim, J. C., Goh, D. H., Lee, C. S., Chua, A. Y. (2011). Narcissism, Extraversion and Adolescents’ Self-Presentation On Facebook. *Personality and individual differences*, 50 (2), 180-185.

Onurlu, Ö., Bilgiseven, B., Bilgili, S. (2022). Influencerın Kaynak Güvenilirliğinin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisinde Marka Güveninin Aracı Rolü (Annelere Yönelik Bebek Bakım Ürünleri Üzerine Araştırma). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 36 (2), 165-174.

Orton Johnson, K. (2017). Mummy Blogs and Representations of Motherhood:“Bad Mummies” and Their Readers. *Social Media+ Society*, 3 (2), 2056305117707186.

Otero, P. (2017). Sharenting... Should Children’s Lives Be Disclosed On Social Media. *Arch Argent Pediatr*, 115 (5), 412-413.

Ouvrein, G., Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental Adoration Or Public Humiliation? A Focus Group Study On Adolescents' Experiences With

Sharenting Against the Background of Their Own Impression Management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319-327.

Özaslan, H., Gültekin Akduman, G., Aydoğan, Y. (2018). Ailelerin, Sosyal Medyada Çocuğun Haklarına ve Mahremiyetine İlişkin Görüşleri.

Özdamar, K. (1999) Paket Program ile İstatistiksel Veri Analizi, Kaan Kitabevi, 2.

Öz, E., Turancı, E. (2016). Sağlık İletişimi Açısından “Blogger Anne” lerin Kişisel Blogları Üzerine Bir İnceleme. *Esra Öz İle Sağlık Gündemi*: <http://fesraoz.blogspot.com.tr/2017/04/saglik-iletisimi-acisindan-blogger.html> adresinden alındı.

Padoa, T., Berle, D., Roberts, L. (2018). Comparative Social Media Use and the Mental Health of Mothers With High Levels of Perfectionism. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37 (7), 514-535.

Paksoy, M. (2015). Ortaokul Öğrencilerinin Performans Görevlerinde Bilişim Etik Kurallarına Uyma Durumları. (Master's thesis), Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Parsa, A. F., Akmeşe, Z. (2019). Sosyal Medya ve Çocuk İstismarı: Instagram Anneleri Örneği. *Kadem Kadın Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 163-191.

Pekyürek, M. F. (2022). Ebeveynlerin Dijital Ebeveynlik Yeterliklerinin Artırılmasına Yönelik E-İçeriklerin Geliştirilmesi. (*Master's thesis*), Bartın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Polat, A. (2022). Nitel Araştırmalarda Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Soruları: Soru Form ve Türleri, Nitelikler ve Sıralama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 ( zel Sayı 2), 161-182.

Putnam, R. D. (2000). Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community. *Simon Schuster*.

Ranzini, G., Newlands, G., Lutz, C. (2020). Sharenting, Peer İnfuence, and Privacy Concerns: A Study On the Instagram-Sharing Behaviors of Parents İn the United Kingdom. *Social Media + Society*, 6 (4), 2056305120978376.

Reece, A. G., Danforth, C. M. (2017). Instagram Photos Reveal Predictive Markers of Depression. *EPJ Data Science*, 6 (1), 15.

Ribble, M. (2015). Digital Citizenship İn Schools: Nine Elements All Students Should Know. *International Society for Technology in Education*.

Rymanowicz, K. (2018). Sharenting: the Downside to Posting About Your Children On Social Media.

- Sari, D., Rejekiningsih, T., Muchtarom, M. (2020). Students' Digital Ethics Profile İn the Era of Disruption: an Overview From the internet Use At Risk İn Surakarta City, Indonesia.
- Sarkadi, A., Dahlberg, A., Fångström, K., Warner, G. (2020). Children Want Parents to Ask For Permission Before'sharenting'. *Journal of Paediatrics and Child Health*, 56 (6), 981-983.
- Sayar, T. E. (2016). Türkiye’de Twitter Kullanımı Üzerinden Siyasal İletişimi İncelemek: TRT Haber Örneği.
- Schimke, A. (2019). Rechtliche Rahmenbedingungen der Veröffentlichung von Kinderfotos im Netz durch Eltern. *Neue Zeitschrift Für Familienrecht*, 19, 851-58.
- Seçer, İ. (2015). Spss ve Lisrel ile Pratik Veri Analizi, 2. Baskı. ss: 28, Ankara: *Anı Yayıncılık*.
- Semiz, T. H. (2018). Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlemesine Yönelik Bir Araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (54), 163-189.
- Serin, H. (2019). Sosyal Medyada Çocuk Hakları İhlalleri: Ebeveynler ve Öğretmenler Farkında mı?. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, 1005-1031.

- Shah, M., Mandhanya, Y., Shah, P. (2021). Growing Role of Professional Networking Sites In the World of Recruitment. *Zeichen Journal*, 7 (2), 1-28.
- Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M., Dapretto, M. (2016). the Power of the Like In Adolescence: Effects of Peer Influence On Neural and Behavioral Responses to Social Media. *Psychological science*, 27 (7), 1027-1035.
- Sırakaya, M., Seferoğlu, S. (2018). Çocukların Çevrimiçi Ortamlarda Karşılaştıkları Riskler ve Güvenli internet Kullanımı.
- Siraj, S. A. (2007). Synthesis of the Structure and Functions of the Uses and Gratification Model. *European Journal of Scientific Research*, 17 (3), 399-408.
- Social Business (2020). Sosyal Medya İstatistikleri. Erişim: <https://www.socialbusinessstr.com/2020/11/13/2020-sosyal-medyaistatistikleri/>
- Souza, A. C., Durro, R. (2016). Digital Marketing: Online Advertising Tricks and Consumer Irritation.
- Starcevic, V. (2013). Is internet Addiction A Useful Concept?. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 47 (1), 16-19.
- Stanković, M., Nešić, M., Čičević, S., & Shi, Z. (2021). Association of smartphone use with depression, anxiety, stress, sleep quality, and internet addiction.

Empirical evidence from a smartphone application. *Personality and individual differences*, 168, 110342.

Steinberg, S. B. (2016). Sharenting: Children's Privacy İn the Age of Social Media. *Emory Lj*, 66, 839.

Stutzman, F., Hartzog, W. (2012). Boundary Regulation İn Social Media. In *Proceedings of the ACM 2012 Conference On Computer Supported Cooperative Work*, 769-778.

Syrowik, T. (2022). Who Posts, Who Shares, Who Tells Your Story: A Content Analysis On How the Public İnteracts With Sharenting (*Doctoral dissertation*). University of Alberta.

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. (2013). Using Multivariate Statistics (6th Ed.), Boston: *Allyn and Bacon*.

Tarhan, A. (2012). Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 35, 79-101.

Timurturkan, M. (2019). Ebeveynlik ve Dijital Medya: Anneliğe İlişkin Yaratılan Yeni Temsiller ve Dayanışma Örüntüleri. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 9 (1), 315-333.

Tutgun Ünal, A., Deniz, L. (2015). Development of the Social Media Addiction Scale. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 6 (21), 51-70.

Udenze, S., Bode, O. S. (2020). Sharenting İn Digital Age: A Netnographic İnvestigation. *International Journal of Darshan Institute on Engineering Research and Emerging Technologies*, 9 (1), 29-34.

Uludaşdemir, D., Küçük, S. (2021). Siber Zorbalığın Önlenmesinde Önemli Bir Kavram: Dijital Ebeveynlik ve Pediatri Hemşireliği. *Türkiye Sağlık Bilimleri ve Araştırmaları Dergisi*, 4 (3), 54-70.

Üstündağ, A. (2020). Çocuk ve Ekran. Dijital Medya ve Çocuk Gelişimi. Ankara: *Eğiten Kitap*.

Üstündağ, A. (2023). Annelerin Çocuklarıyla İlgili Sosyal Medya Paylaşımlarının ve Çocuklarının Dijital Mahremiyetlerine İlişkin Davranışlarının Değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (1), 56-67.

Üstündağ, A. (2024). Parenting İn the Digital Age: How İs the Digital Awareness of Mothers?. *Journal of Learning and Teaching in Digital Age*, 9 (1), 50-60.

Van den Abeele, E., Vanwesenbeeck, I., Hudders, L. (2024). Child's Privacy Versus Mother's Fame: Unravelling the Biased Decision-Making Process of Momfluencers to Portray Their Children Online. *Information, Communication & Society*, 27 (2), 297-313.

- Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., Heirman, W. (2019). Sharenting, İs İt 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.
- Yaman, F. (2018). Türkiye'deki Ebeveynlerin Dijital Ebeveynlik Öz Yeterliklerinin İncelenmesi. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), *Anadolu Üniversitesi, Eskişehir*.
- Yavuz, C. (2020). Sosyal Medya Ebeveynliği ve Çocukların Unutulma Hakkı. *İzmir Barosu Dergisi*, 85 (1), 15-52.
- Yay, M. (2019). Dijital Ebeveynlik. *İstanbul: Yeşilay Yayınları*.
- Yaylagül, L. (2010). Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar.
- Yaylagül, Ş. (2017). Sosyal Medya Fenomenlerine Bağlanmışlığın Belirlenmesi: Yükseköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (3), 219-235.
- Yazıcı, T., Özel, M. (2015). Sosyal Medyada Anneliğin Eğitim ve Etkileşim Boyutu: Instagram Üzerine Bir İnceleme.
- Yegen, C., Mondal, S. R. (2021). Sharenting: A New Paradigm of Digital Entertainment of New Age Parenting and Social Media. *Digital Entertainment: the Next Evolution in Service Sector*, 213-231.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (8.Baskı). Ankara: *Seçkin Yayınevi*.

Yılmaz, A. Z. (2021). Sharenting ve Velayet Hakkının Sınırları. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 29 (4), 3383-3417.

Young, K. S. (2011). CBT-IA: the First Treatment Model For internet Addiction. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 25 (4).

Yurdakul, I. K., Dönmez, O., Yaman, F., Odabaşı, H. F. (2013). Dijital Ebeveynlik ve Değişen Roller. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12 (4), 883-896.

Yüksel, H. (2021). Sharenting Bağlamında Sosyal Medyada Çocuk İmajının İnşası. *Akademik Düşünce Dergisi*, (4), 50-68.

Zhu, L., Wang, Y., Chen, Y. (2024). Sharenting In China: Perspectives From Mothers and Adolescents. *internet Research*.

Wagner, A., Gasche, L. A. (2018). *Sharenting: Making Decisions About Other's Privacy On Social Networking Sites* (No. 90477). Darmstadt Technical University, Department of Business Administration, Economics and Law, Institute for Business Studies (BWL).

Walrave, M., Robbe, S., Staes, L., Hallam, L. (2023). Mindful Sharenting: How Millennial Parents Balance Between Sharing and Protecting. *Frontiers in Psychology*, 14, 1171611.

Williams Ceci, S., Grose, G. E., Pinch, A. C., Kizilcec, R. F., Lewis Jr, N. A. (2021). Combating Sharenting: Interventions to Alter Parents' Attitudes Toward Posting About Their Children Online. *Computers in Human Behavior*, 125, 106939.

EKLER

Ek 1: Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği Kullanım İzni

Re: " Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği " Kullanım İzni hk.

Ezgi <ezgialemdare@gmail.com>

4.07.2023 Sal 20:30

Kime: ECE SİLA ZİLELİ <ece.zileli@emu.edu.tr>

1 ek (426 KB)

paylasan-ebeveynlik-olcegi-24281-toad.pdf;

Merhaba Ece hocam,

Ölçeği kullanabilirsiniz. Ben de çalışmamda okul öncesi anneler grubuyla çalıştığım için sizin örnekleminizde de kullanmaya uygundur. Ekte dergide yayınlanan makale halini paylaşıyorum. Orada maddeler, alt boyutlar, puanlama ile ilgili bilgilere ulaşabilirsiniz. Herhangi bir sorunuz olursa yanıtlamaktan memnun olurum.

Kolaylıklar ve başarılar diliyorum.

KI Psk Ezgi Alemdar

4 Tem 2023 Sal, saat 11:51 tarihinde ECE SİLA ZİLELİ <ece.zileli@emu.edu.tr> şunu yazdı:

Sayın uzman,

Ben Ece Sila ZİLELİ. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak Okul Öncesi Eğitim Yüksek Lisans Programına devam etmekteyim. Çok değerli hocam Doç. Dr. Nihan KORAN danışmanlığında tez sürecimi yürütmekteyim. Bu süreçte tezim için **"4 – 6 YAŞ ÇOCUĞU OLAN ANNELERİN PAYLAŞAN EBEVEYNLİK DAVRANIŞLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ"** başlığı adı altında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde 4 - 6 yaş çocuğu olan annelerle annelerin paylaşan ebeveynlik davranışlarını değerlendirmeyi amaçlayan bir araştırma yapmayı planlamaktayım. Bu doğrultuda ilgili literatür incelemelerim sonucunda yüksek lisans tezinize ulaştım. Yüksek lisans tezinizde geliştirmiş olduğunuz **"Paylaşan Ebeveynlik Ölçeğini"** yüksek lisans tezim için gerçekleştirmeyi planladığım çalışmamda kullanmak için sizden onay rica ediyorum. Ölçek ile ilgili katkı sağlayacak gerekli dokümanları benimle paylaşır ve onayladığınızı bildirirseniz çok memnun olurum. Ölçeğinizin annelere uygulanmaya uygunluğuna dair görüşleriniz de benim için çok kıymetli olacaktır. Vereceğiniz dönüt için şimdiden çok teşekkür ederim.

İyi çalışmalar dilerim.

Saygılarımla...

Ek 2: Sharenting Ölçeği Kullanım İzni

Re: " Sharenting Ölçeği " Kullanım İzni hk.

TUBA KOPUZ <tuba_kopuz19@erdogan.edu.tr>

4.07.2023 Sal 16:13

Kime:ECE SİLA ZİLELİ <ece.zileli@emu.edu.tr>

2 ek (3 MB)

681658.pdf; Sharenting Ölçeği.pdf;

Sayın Ece Sıla ZİLELİ,

Çalışmanızda Sharenting Ölçeğini kullanabilirsiniz, memnuniyet duyarım. Tezden üretilen makale de uluslararası bir dergide yayın sürecindedir. Süreç tamamlandığında ilgili çalışmayı da size iletebilirim.

Ölçek, tek bir ebeveyn rolüne (anne ya da baba) göre geliştirilmemiştir. Hem ölçek geliştirme sürecinde hem de ölçeğin uygulama aşamasında her iki ebeveyn rolü de çalışmaya dahil edilmiştir. Veri toplama aşamalarında her iki gruptan da veri elde edilmiştir. Bu sebeple çalışmanız için uygundur. Her iki grupta da kullanılabilir.

Ölçeğe ve ölçeğe ilişkin tüm detaylara tezden ulaşabilirsiniz. Ölçeğin psikometrik değerleri yöntem bölümünde, ölçeğin değerlendirilmesi de bulgular bölümünde yer almaktadır. Tez ve ölçek ektedir.

Çalışmanızda kolaylıklar dilerim.

Saygılarımla...

ECE SİLA ZİLELİ <ece.zileli@emu.edu.tr>, 4 Tem 2023 Sal, 11:56 tarihinde şunu yazdı:

Sayın uzman,

Ben Ece Sıla ZİLELİ. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak Okul Öncesi Eğitim Yüksek Lisans Programına devam etmekteyim. Çok değerli hocam Doç. Dr. Nihan KORAN danışmanlığında tez sürecimi yürütmekteyim. Bu süreçte tezim için "**4 – 6 YAŞ ÇOCUĞU OLAN ANNELERİN PAYLAŞAN EBEVEYNLİK DAVRANIŞLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ**" başlığı adı altında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde 4 - 6 yaş çocuğu olan annelerle annelerin paylaşan ebeveynlik davranışlarını değerlendirmeyi amaçlayan bir araştırma yapmayı planlamaktayım. Bu doğrultuda ilgili literatür incelemelerim sonucunda yüksek lisans tezinize ulaştım. Yüksek lisans tezinizde geliştirmiş olduğunuz "**Sharenting Ölçeğini**" yüksek lisans tezim için gerçekleştirmeyi planladığım araştırmamda kullanmak için sizden onay rica ediyorum. Ölçek ile ilgili katkı sağlayacak gerekli dokümanları benimle paylaşır ve onayladığınızı bildirirseniz çok memnun olurum. Ölçeğinizin annelere uygulanmaya uygunluğuna dair görüşleriniz de benim için çok kıymetli olacaktır. Vereceğiniz dönüt için şimdiden çok teşekkür ederim.

İyi çalışmalar dilerim.

Saygılarımla...

Ek 3: Milli Eğitim Bakanlığı Araştırma İzni



KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI
İLKÖĞRETİM DAİRESİ MÜDÜRLÜĞÜ

Sayı : İÖD.0.00-174/06-23/E.27176
Konu : Ece Sıla Zileli'nin Yüksek Lisans
Çalışması Hk.

28 Kasım 2023

Sayın Ece SILA ZİLELİ

İlgi : 20 Kasım 2023 tarihli başvurunuz.

Müdürlüğümüze bağlı Gazimağusa Bölgesi okullarında okul öncesi çocuğu olan annelere yönelik uygulamak istediğiniz "4 - 6 Yaş Çocuğu Olan Annelerin paylaşılan Ebeveynlik Davranışlarının İncelenmesi" konulu çalışmanız, Talim ve Terbiye Dairesi Müdürlüğü tarafından incelenmiş, gizlilik ve gönüllülük ilkelerine riayet edilerek uygulanması uygun görülmüştür.

Çalışmayı uygulamadan önce, okul müdürlükleri ile istişare edilmsi ve çalışma tamamlandıktan sonra sonuçların Talim ve Terbiye Dairesi Müdürlüğüne iletilmesinin yasa gereği olduğunu bildirir, gereğini saygı ile rica ederim.

e-imzalıdır
Hakkı BAŞARI
Müdür

Not: 93/2007 sayılı Elektronik İmza Yasası'nın 6.maddesi gereği bu belge elektronik imza ile imzalanmıştır.

Şht. Mehmet Hasan Tuna Sokak. No.5 Yenişehir 99010 LEFKOŞA
Tel: 2286893
Faks: 2287158

Bilgi için: Ayşe SOYKARA
GÜLSEVEN
Eğitim Öğretim Uzmanı
(Görevlendirme)

Ek 4: Doğu Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurul İzni

EĞİTİM BİLİMLERİ ETİK ALT KURULU

Sayı: ETK00-2023-0216

13.11.2023

Konu: Etik Kurulu'na Başvurunuz Hk.

Sayın: Ece Sıla Zileli (22500989)

Doç. Dr. Nihan Koran danışmanlığında yürüttüğünüz "4 - 6 Yaş Çocuğu Olan Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Davranışlarının İncelenmesi" konulu yüksek lisans çalışmanızla ilgili başvurunuz, Doğu Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Etik Alt Kurulu'nun 03 Kasım 2023 tarih ve 2023/142 sayılı toplantısında incelenerek uygun bulunmuştur.

Çalışmalarınızda başarılar dilerim.



Prof. Dr. Sıtkıye KUTER
Eğitim Bilimleri Etik Alt Kurulu Başkanı

E15: Bilgilendirilmiş Onam Formu (Ölçekler İçin)

ANNELERE YÖNELİK BİLGİLENDİRME VE GÖNÜLLÜ KATILIM (BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM) FORMU / (Çevrimiçi Anket Formu İçin)

Değerli Anne,

Ben Doğu Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Okul Öncesi Eğitim Yüksek Lisans Programı öğrencisi Ece Sıla Zileli, Stiz Doç. Dr. Nihan Koran danışmanlığında Yüksek Lisans Tezi olarak yürüttüğüm *“4 – 6 Yaş Çocuğu Olan Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Davranışlarının İncelenmesi”* adlı araştırmama katılımcı olarak davet etmek istiyorum.

Araştırmaya başlamadan önce birkaç dakikanızı ayırarak sizlerin süreç hakkında bilgilendirilmesi için hazırlamış olduğum bu formu dikkatlice okumanızı rica ediyorum. Araştırma ile ilgili içeriği okuduktan sonra sormak istediğiniz bir sorunuz ya da belirtmek istediğiniz bir düşünceniz olursa bunu yüz yüze ya da formun sonunda yer alan iletişim bilgileri aracılığıyla bizlere ulaşarak belirtebilirsiniz.

Gerçekleştireceğim araştırma 4 – 6 yaş grubu çocuğu olan annelerin çocukları ile ilgili sosyal medya paylaşım davranışlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmaya başlamadan önce araştırmayı gerçekleştirebilmek için Doğu Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kuruluna gerekli belgeler sunularak ilgili izinler alınmıştır.

Bu araştırma kapsamında sizlerden demografik bilgi formu ve iki adet ölçek formunu doldurmanız istenmektedir. Araştırma için sizden tahminen 20 dakikanızı ayırmanız beklenmektedir. Araştırmaya sizin dışınızda 299 kişinin katılması planlanmaktadır.

Araştırmaya katılımınız tamamen gönüllülük ilkesine bağlıdır. Araştırmanın herhangi bir aşamasında araştırmadan ayrılmak isterseniz, hiçbir gerekçe belirtmeksizin araştırmadan ayrılma hakkına sahipsiniz. Araştırmaya katılmayı kabul etmeniz durumunda, araştırma kapsamında sizlerden elde edilecek olan her türlü bilgi yalnızca araştırma amacı doğrultusunda kullanılacaktır. Kişisel bilgileriniz araştırmacı tarafından korunacak ve gizlilik ilkesine bağlı kalınacaktır. Araştırmaya katılımınızdan dolayı herhangi bir zararınız olmayacaktır. Araştırmadan ayrılmanız durumunda hiçbir veriniz ve bilginiz çalışmada veri olarak kullanılmayacaktır. Arzu ettiğiniz takdirde araştırmacı araştırma sonuçları hakkında sizleri bilgilendirecektir.

Araştırmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, bütün soruları eksiksiz olarak ve size en uygun gelen cevapları verecek şekilde cevaplamanızdır.

Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Davranışlarının İncelenmesi: Çevrimiçi Anket Formu.

İlerleme durumunu kaydetmek için [Google'da oturum açın](#) [Daha fazla bilgi](#)

* Zorunlu soruyu belirtir

Değerli Anne,

Ben Doğu Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Okul Öncesi Eğitim Yüksek Lisans Programı öğrencisi Ece Sila Zileli. Sizi Doç. Dr. Nihan Koran danışmanlığında Yüksek Lisans Tezi olarak yürüttüğüm “4 – 6 Yaş Çocuğu Olan Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Davranışlarının İncelenmesi” adlı araştırmama katılımcı olarak davet etmek istiyorum. Sizlerden birkaç dakikanızı ayırarak sizin süreç hakkında bilgilendirilmesi için hazırlanmış olduğum bu bölümü dikkatlice okumanızı rica ediyorum. Araştırma ile ilgili içeriği okuduktan sonra sormak istediğiniz bir sorunuz ya da belirtmek istediğiniz bir düşünceniz olursa bunu formun sonunda yer alan iletişim bilgileri aracılığıyla bizlere ulaşarak belirtebilirsiniz.

Gerçekleştireceğim araştırma 4 – 6 yaş grubu çocuğu olan annelerin çocukları ile ilgili sosyal medya paylaşım davranışlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmaya başlamadan önce araştırmayı gerçekleştirebilmek için Doğu Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kuruluna gerekli belgeler sunularak ilgili izinler alınmıştır. Bu araştırma kapsamında sizlerden demografik bilgi formu ve iki adet ölçek formunu doldurmanız istenmektedir. Araştırma için sizden tahminen 20 dakikanızı ayırmanız beklenmektedir. Araştırmaya sizin dışınızda tahminen 299 kişinin katılması planlanmaktadır.

Araştırmaya katılımınız tamamen gönüllülük ilkesine bağlıdır. Araştırmanın herhangi bir aşamasında araştırmadan ayrılmak isterseniz, hiçbir gerekçe belirtmeksizin araştırmadan ayrılma hakkına sahipsiniz. Araştırmaya katılmayı kabul etmeniz durumunda, araştırma kapsamında sizlerden elde edilecek olan her türlü bilgi yalnızca araştırma amacı doğrultusunda kullanılacaktır. Kişisel bilgileriniz araştırmacı tarafından korunacak ve gizlilik ilkesine bağlı kalınacaktır. Araştırmaya katılımınızdan dolayı herhangi bir zararınız olmayacaktır. Araştırmadan ayrılmanız durumunda hiçbir veriniz ve bilginiz çalışmada veri olarak kullanılmayacaktır. Arzu ettiğiniz takdirde araştırmacı araştırma sonuçları hakkında sizleri bilgilendirecektir.

Araştırmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, bütün soruları eksiksiz olarak ve size en uygun gelen cevapları verecek şekilde cevaplamanızdır.

Bu süreçte araştırmacılara ulaşabileceğiniz iletişim bilgileri aşağıda verilmektedir.

Ece Sıla Zileli

E-posta: ecezl100@gmail.com

Telefon: [05391069300](tel:05391069300)

Doç. Dr. Nihan Koran

E- posta : nihan.koran@emu.edu.tr

Telefon: [05428620579](tel:05428620579)

ONAY

★

İlgili belgeyi okudum. Katılmam istenen araştırmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları anladım. Araştırma hakkında gerekli açıklama aşağıda adı belirtilen araştırmacı tarafından yapıldı. Kişisel bilgilerimin özenle korunacağı konusunda yeterli güven verildi.

☐ Araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve telkin olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

1 - Demografik Bilgi Formu

Değerli Anne,

Lütfen sizin için hazırlamış olduğum **Demografik Bilgi Formu'nu** kendi bilgilerinizi esas alarak doldurunuz. Teşekkürler.

Yaşınız: *

- ☐ 18 - 24
- ☐ 25 - 34
- ☐ 35 - 44
- ☐ 45 - 54
- ☐ 54 ve üzeri

Sahip olduğunuz çocuk sayısı: *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4 ve üzeri

Eğitim durumunuz: *

- ☐ Hiç okula gitmedim
- ☐ İlkokul
- ☐ Ortaokul
- ☐ Lise
- ☐ Ön Lisans
- ☐ Lisans
- ☐ Lisansüstü

Çalışma durumunuz: *

- ☐ Çalışıyorum
- ☐ Çalışmıyorum

Mesleğiniz:

(Eğer çalışmıyorsanız lütfen çalışmıyorum yazınız.)

Yanıtınız

Teknoloji kullanım sıklığınız: *

- ☐ 1 saatten daha az
- ☐ 1 - 3 saat
- ☐ 4 - 6 saat
- ☐ 7 - 9 saat
- ☐ 9 saat ve üzeri

Kullandığınız sosyal medya platformları: *

(Birden fazla sosyal medya platformu kullanıyorsanız lütfen hepsini işaretleyiniz.)

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ Snapchat
- ☐ TikTok
- ☐ YouTube
- ☐ WhatsApp
- ☐ Diğer: _____

2 - Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği

Değerli Anne,

Paylaşan Ebeveynlik Ölçeği 17 maddeden oluşmaktadır. Bu ölçekte;

1 Hiçbir Zaman

2 Nadiren

3 Bazen

4 Sıklıkla

5 Her Zaman anlamına gelmektedir.

Lütfen ilgili ifadelerden sizin için en uygun olanı işaretleyiniz.

Teşekkürler.

Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşım (fotoğraf / video / yazı) yaparım. *

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| Hiçbir Zaman. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | Her Zaman. |

**Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşım (fotoğraf / video / yazı) yapmayı *
doğru buluyorum.**

1 2 3 4 5
Hiçbir Zaman. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Her Zaman.

**Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlarımı (fotoğraf / video / yazı) *
keyifli / eğlenceli bulduğum için yaparım.**

1 2 3 4 5
Hiçbir Zaman. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Her Zaman.

**Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlar (fotoğraf / video / yazı) ev *
yaşantımızı (yemek / etkinlik / oyun) içerir.**

1 2 3 4 5
Hiçbir Zaman. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Her Zaman.

**Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlar (fotoğraf / video / yazı) *
seyahat anılarımızı içerir.**

1 2 3 4 5
Hiçbir Zaman. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Her Zaman.

**Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlara (fotoğraf / video / yazı) gelen *
beğeni ve olumlu yorumlar beni mutlu eder.**

1 2 3 4 5
Hiçbir Zaman. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Her Zaman.

**Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlara (fotoğraf / video / yazı) gelen *
beğeni ve olumlu yorumlar beni motive eder.**

1 2 3 4 5
Hiçbir Zaman. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Her Zaman.

Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlara (fotoğraf / video / yazı) gelen * beğeni ve olumlu yorumlar beni gururlandırır.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman.	☐	☐	☐	☐	☐	Her Zaman.

Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlara (fotoğraf / video / yazı) gelen * beğeni ve olumlu yorumlar beni rahatlatır.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman.	☐	☐	☐	☐	☐	Her Zaman.

Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlara (fotoğraf / video / yazı) gelen * olumsuz yorumlar / eleştiriler beni endişelendirir.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman.	☐	☐	☐	☐	☐	Her Zaman.

Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlara (fotoğraf / video / yazı) gelen * olumsuz yorumlar / eleştiriler beni öfkelenendirir.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman.	☐	☐	☐	☐	☐	Her Zaman.

Sosyal medyada çocuğumla ilgili paylaşımlara (fotoğraf / video / yazı) gelen * olumsuz yorumlar / eleştiriler beni korkutur.

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman.	☐	☐	☐	☐	☐	Her Zaman.

Sosyal medyada takip ettiğim anne - çocuk içerikleri beni yetersiz hissettiriyor. *

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman.	☐	☐	☐	☐	☐	Her Zaman.

Sosyal medyada takip ettiğim anne - çocuk içerikleri beni baskı altında hissettiriyor. *

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman.	☐	☐	☐	☐	☐	Her Zaman.

Sosyal medyada takip ettiğim anne - çocuk içerikleri kendimi diğer ebeveynlerle karşılaştırmaya yönlendirir. *

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman.	☐	☐	☐	☐	☐	Her Zaman.

Sosyal medyada takip ettiğim anne - çocuk içerikleri çocuğumu akranlarıyla karşılaştırmaya yönlendirir. *

	1	2	3	4	5	
Hiçbir Zaman.	☐	☐	☐	☐	☐	Her Zaman.

3 - Sharenting Ölçeği

Değerli Anne,

Sharenting Ölçeği 31 maddeden oluşmaktadır. Bu ölçekte;

- 1 Hiç Katılmıyorum
- 2 Katılmıyorum
- 3 Kısmen Katılıyorum
- 4 Katılıyorum
- 5 Tamamen Katılıyorum anlamına gelmektedir.

Lütfen ilgili ifadelerden sizin için en uygun olanı işaretleyiniz.

Teşekkürler.

Paylaşımlar ebeveynlikle ilgili yeni şeyler öğrenmemi sağlar. *

	1	2	3	4	5	
Hiç Katılmıyorum.	☐	☐	☐	☐	☐	Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar ebeveynlik konusunda bilgi eksikliğimin giderilmesini sağlar. *

	1	2	3	4	5	
Hiç Katılmıyorum.	☐	☐	☐	☐	☐	Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar ebeveynlikteki ortak sorunlara (uyku, disiplin, yeme alışkanlığı vb.) destek bulmamı sağlar. *

1 2 3 4 5

Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar ebeveynlikteki ortak sorunlar (uyku, disiplin, yeme alışkanlığı vb.) hakkında diğer ebeveynlere destek vermemi sağlar. *

1 2 3 4 5

Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Diğer ebeveynlerin paylaşımları bana yol gösterir. *

1 2 3 4 5

Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar çocuğumun gelişimsel süreçleri hakkında bilgi edinmemi sağlar. *

1 2 3 4 5

Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar çocuğumun gelişimsel süreçleri hakkında bilgi sunmamı sağlar. *

1 2 3 4 5

Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar yakın çevreme sormaya çekindiklerime yanıt bulmama yardımcı eder. *

1 2 3 4 5

Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşım yapmak beni mutlu eder. *

1 2 3 4 5

Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Ebeveynliğin zevkli yanlarını / özelliklerini paylaşmak hoşuma gider. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Ebeveynlerin çocuklarıyla yaptıkları paylaşımları samimi bulurum. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşım yapıldığında sohbet konusu olur. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Özel bir anı paylaşmak beni mutlu eder. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlarımın beğenilmesi ve paylaşımlarıma olumlu yorumlar yapılması hoşuma gider. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Yapılacak yorumları beklemenin heyecanını severim. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlarıma aldığım beğeniler ebeveynlik konusunda beni motive eder. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Çocuğumun başarılarını paylaşmak beni gururlandırır. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlarla yeni şeyler keşfetmeyi severim. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlarım bir ebeveyn olarak kendimi ve kişiliğimi geliştirmemi sağlar. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlarla hem bir şeyler öğrenmeyi hem de eğlenmeyi severim. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlarla kendimi geliştirdiğimi düşünürüm. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar ebeveyn olarak yaptıklarımı istikrarlı bir şekilde sürdürmemi sağlar. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Uzakta yaşayan tanıdıklarımın görebilmesi için paylaşım yaparım. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Yakın çevremde iletişim halinde kalmak için paylaşım yaparım. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Sosyal ilişkilerimin devam edebilmesi için paylaşım yaparım. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Yakın çevremi görebilmesi için paylaşım yaparım. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar ebeveynlik stresiyle baş etmemi sağlar. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar ebeveynlik endişelerimden kurtulmamı sağlar. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar ebeveynlikte yetersizlik hissimi hafifletmeme yardımcı olur. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Paylaşımlar beni ebeveynlikte yalnız hissetmekten kurtarır. *

1 2 3 4 5
Hiç Katılmıyorum. ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Tamamen Katılıyorum.

Başkalarının paylaşımlarını görmek bana rahatlık hissi verir. *

1 2 3 4 5

Hiç Katılmıyorum.

☐☐☐☐☐

Tamamen Katılıyorum.

Çevrimiçi anket sona erdi.

Katkılarınız ve araştırmama ayırdığınız zaman için teşekkür ederim.

Lütfen "Gönder" seçeneğine basarak yanıtlarınızı gönderiniz.

Gönder

Formu temizle

Ek 7: Bilgilendirilmiş Onam Formu (Görüşme İçin)

ANNELERE YÖNELİK BİLGİLENDİRME VE GÖNÜLLÜ KATILIM (BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM) FORMU / (Yarı Yapılandırılmış Görüşme İçin)

Değerli Anne,

Ben Doğu Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Okul Öncesi Eğitim Yüksek Lisans Programı öğrencisi Ece Sıla Zileli. Sizi Doç. Dr. Nihan Koran danışmanlığında Yüksek Lisans Tezi olarak yürüttüğüm *“4 – 6 Yaş Çocuğu Olan Annelerin Paylaşan Ebeveynlik Davranışlarının İncelenmesi”* adlı araştırmama katılımcı olarak davet etmek istiyorum.

Araştırmaya başlamadan önce birkaç dakikanızı ayırarak sizlerin süreç hakkında bilgilendirilmesi için hazırlamış olduğum bu formu dikkatlice okumanızı rica ediyorum. Araştırma ile ilgili içeriği okuduktan sonra sormak istediğiniz bir sorunuz ya da belirtmek istediğiniz bir düşünceniz olursa bunu yüz yüze ya da formun sonunda yer alan iletişim bilgileri aracılığıyla bizlere ulaşarak belirtebilirsiniz.

Gerçekleştireceğim araştırma 4 – 6 yaş grubu çocuğu olan annelerin çocukları ile ilgili sosyal medya paylaşım davranışlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmaya başlamadan önce araştırmayı gerçekleştirebilmek için Doğu Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kuruluna gerekli belgeler sunularak ilgili izinler alınmıştır.

Bu araştırma kapsamında sizinle yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilecektir. Sorulan sorulara verdiğiniz yanıtlar onaylamanız durumunda yalnızca görüşmenin yazıya geçirilebilmesi için kullanılmak üzere araştırmacı tarafından ses kaydına alınacaktır. Ses kaydını onaylamamanız durumunda araştırmacı yanıtlarınızı yazılı olarak kaydedecektir. Araştırma için sizden tahminen 30 dakikanızı ayırmanız beklenmektedir. Araştırmaya sizin dışınızda 29 kişinin katılması planlanmaktadır.

Araştırmaya katılımınız tamamen gönüllülük ilkesine bağlıdır. Araştırmanın herhangi bir aşamasında araştırmadan ayrılmak isterseniz, hiçbir gerekçe belirtmeksizin araştırmadan ayrılma hakkına sahipsiniz. Araştırmaya katılmayı kabul etmeniz durumunda, araştırma kapsamında sizlerden elde edilecek olan her türlü bilgi yalnızca araştırma amacı doğrultusunda kullanılacaktır. Kişisel bilgileriniz araştırmacı tarafından korunacak ve gizlilik ilkesine bağlı kalınacaktır. Araştırmaya katılımınızdan dolayı herhangi bir zararınız olmayacaktır. Araştırmadan ayrılmanız durumunda hiçbir veriniz ve bilginiz çalışmada veri olarak kullanılmayacaktır. Arzu ettiğiniz takdirde araştırmacı araştırma sonuçları hakkında sizleri bilgilendirecektir.

Araştırmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, bütün soruları eksiksiz olarak ve size en uygun gelen cevapları verecek şekilde cevaplamanızdır.