ANKARA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TEMEL EĞİTİM ANABİLİM DALI
OKUL ÖNCESİ EĞİTİMİ PROGRAMI

EBEVEYNLERİN SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARININ ÇOCUK HAKLARINA DAİR SÖZLEŞME KAPSAMINDA "SHARENTING" AÇISINDAN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZGE YILMAZ

ANKARA
OCAK, 2022

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

1946

ANKARA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TEMEL EĞİTİM ANABİLİM DALI
OKUL ÖNCESİ EĞİTİMİ PROGRAMI

EBEVEYNLERİN SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARININ ÇOCUK HAKLARINA DAİR SÖZLEŞME KAPSAMINDA "SHARENTING" AÇISINDAN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZGE YILMAZ

DANIŞMAN: DOÇ. DR. MÜGE ŞEN

ANKARA
OCAK, 2022

Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğüne,

Özge YILMAZ adlı öğrencinin hazırladığı "Ebeveynlerin Instagram Paylaşımlarının Çocuk Haklarına Dair Sözleşme Kapsamında "Sharenting" Bağlamında İncelenmesi" başlıklı bu çalışma Temel Eğitim Anabilim Dalı / Okul Öncesi Eğitimi Programı'nda jüri üyelerince oy birliği / oy çokluğu ile **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

	Jüri Üyeleri	İmza
Başkan	……	……..
Üye	……..	……
Üye	……	……..

ONAY

Bu tez Ankara Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca jüri üyeleri tarafından …/…/20... tarihinde, Enstitü Yönetim Kurulunca …/…/20... tarihinde kabul edilmiştir.

……..

Prof. Dr. İlhan YALÇIN

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgileri akademik yazım kurallarına uygun biçimde raporlaştırdığımı ve bunları etik ilkelere (atıfta bulunulan tüm yapıtlara kaynaklarda yer verilmesi, tezde kullanılan bilgi ve belgelere resmi yollarla ulaşılması ve bunların aslı bozulmadan kullanılması vb.) uygun olarak elde ettiğimi ve sunduğumu bildiririm.

Özge YILMAZ

ÖZET

EBEVEYNLERİN SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARININ ÇOCUK HAKLARINA DAİR SÖZLEŞME KAPSAMINDA "SHARENTING" AÇISINDAN İNCELENMESİ

YILMAZ, Özge

Yüksek Lisans Tezi, Temel Eğitim Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Müge ŞEN

Ocak 2022, x + 84 sayfa

Ebeveynlerin çocukları hakkındaki verilerin yer aldığı içerikleri medya ortamlarında paylaşması davranışı "sharenting" olarak adlandırılmaktadır. Bu araştırmanın amacı, ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışının; erken çocukluk dönemindeki çocukların, Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarını ihlal edip etmediğini belirlemektir. Araştırmada nitel araştırma modellerinden biri olan doküman inceleme metodu kullanılmıştır. Veri toplama sürecinde Birleşmiş Milletler tarafından 2 Mart 2021 tarihinde Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'yi dijital dünyaya uyarlamak üzere yayımlanan 25 sayılı Yorum Kararı temel alınarak oluşturulan "Kontrol Listesi" kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu ebeveynleri tarafından erken çocukluk dönemindeki çocuklar adına oluşturularak yönetilen ve gizlilik tercihi "halka açık" olarak düzenlenen altı adet Instagram kullanıcı hesabı oluşturmaktadır. Veri toplama sürecinin sonunda "sharenting" davranışının "*çocuğun yüksek yararı*", "*yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı*", "*çocuğun görüşlerine saygı*" ilkeleri ve "*ifade özgürlüğü*", "*örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü*", "*mahremiyet hakkı*", "*aile ortamı ve alternatif bakım*" hakları açısından ihlal oluşturduğu bulunmuştur. Ayrıca paylaşılan gönderilerin %45'inin doğrudan markalarla reklam iş birliği içinde ekonomik fayda elde etmeye yönelik olarak yayınlandığı görülmüştür. Bu çalışmada ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışının çocuğun Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen birçok hakkını ihlal etme yönünde olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: çocuk hakları, sharenting, Instagram, erken çocukluk, ebeveynlik

ABSTRACT

EXAMINATION OF PARENTS' SOCIAL MEDIA SHARING WITHIN THE CONTEXT OF "SHARENTING" WITHIN THE CONVENTION ON THE RIGHTS OF CHILDREN

YILMAZ, Özge

Master Degree, Department of Primary Education

Supervisor: Assoc. Prof. Müge ŞEN

January 2022, x + 84 pages

The behavior of parents sharing the content that includes data about their children in the media is called "sharenting". The purpose of this research is to determine whether the "sharenting" behavior of parents, which occurs with their Instagram posts, violates the rights of children in early childhood, which are provided by the Comment Decision No. 25, which is the digital adaptation of the Convention on the Rights of the Child. The document analysis method, which is one of the qualitative research models, was used in the research. During the data collection process, the "Check List", which was created on the basis of the Commentary Decision No. 25, published by the United Nations on March 2, 2021 to adapt the Convention on the Rights of the Child to the digital world, was used. The study group of the research consists of six Instagram user accounts, which are created and managed by their parents on behalf of children in early childhood, and whose privacy preference is set as "public". At the end of the data collection process, it was determined that the “sharing” behavior violates the following: “best interest of the child”, “right to life, survival and development”, “respect fort he views of the child”, “freedom of expression”, “freedom of the association and peaceful assembly”, “right to privacy”, “family environment and alternative care”. 45% of the posts were shared in cooperation with brands in order to provide economic benefits. In this study, it was determined that the "sharenting" behavior of parents, which emerged with their Instagram posts, violated many rights of the child provided by the Comment Decision No. 25, which is the adaptation of the Convention on the Rights of the Child to the digital world.

Key Words: childrens’s right, sharenting, Instagram, early childhood, parenting

ÖNSÖZ

Çalışmama uzun zamandır kullanıcısı olduğum sosyal medya platformlarından yola çıkarak başladım. Bu platformlarda çok çeşitli kullanıcılar ve paylaşımlar gördüm. Bunların içinde benim için en dikkate değer grup çocuklardı. Çocukların popülerleşme süreçlerine, "viral" olmalarına, ünlü olmalarına, talep görmelerine, markalaşmalarına ve nihayet unutulmalarına, yaşadıkları problemlere şahit oldum. Henüz gerçek dünyada varlığının bilincinde olmayan çocukların dijital dünyada nasıl var olduklarını izledim. Çocukları buna sürükleyen ebeveynlerin gelir sağlamak uğruna neleri feda ettiğini üzülerek gördüm. Bu duruma sessiz kalmak istemedim ve nihayet bu araştırmayı kurguladım.

Eğitim-öğretim hayatının her açıdan sekteye uğradığı salgın hastalık sürecinde çalışmamı tamamlama konusunda çeşitli aksaklıklar ve zorluklarla karşılaşmış olsam da erken çocukluk dönemindeki çocukların dijital dünyada korunmasına dair alana katkı sağlayacak olma motivasyonu ile bu çalışmayı tamamladım. Çalışmamın çocukla temasta olan tüm kişi ve kurumlar için farkındalık oluşturmasını ve bu alanda çalışacak olan tüm araştırmacılar için faydalı olmasını umut ediyorum.

Bu süreç teşekkür etmeyi borç bildiğim birçok değerli insanın katkısıyla şekillenmiştir. Öncelikle akademik yaşantıma başlarken hiçbir konuda benden ilgisini, özenini ve desteğini esirgemeyen değerli hocam ve danışmanım Doç Dr. Müge ŞEN'e,

Çalışmamı geliştirmem için bana bilgi birikimi ve fikirleriyle destek veren değerli hocam Prof. Dr. Yasemin KARAMAN KEPENEKCİ'ye,

Çalışmama sağladıkları katkılardan dolayı jüri üyeleri, değerli hocalarım Doç. Dr. Şükran KILIÇ ve Dr. Öğr. Üyesi Gökçe KARAMAN BENLİ'ye,

Son olarak her zaman olduğu gibi bu çalışmayı yaparken de en büyük desteğim olan aileme teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BİLDİRİMİ iii
ÖZET iv
ABSTRACT v
ÖNSÖZ vi
İÇİNDEKİLER vii
TABLOLAR DİZİNİ ix
KISALTMALAR x
BÖLÜM 1 1
GİRİŞ 1
Problem 1
Amaç 4
Önem 5
Sınırlılıklar 7
Tanımlar 8
BÖLÜM 2 9
KAVRAMSAL ÇERÇEVE 9
Medya 9
Yeni Medya ve Geleneksel Medya 9
Sosyal Medya 11
Sosyal Medya Platformları 12
Sosyal ağ siteleri 12
İçerik paylaşım siteleri. 16
Wikiler.. 17
Sosyal imleme siteleri. 18
Podcastler. 19
Forumlar. 19
Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları.. 20
Sharenting 23
Çocuk Hakları 27
Genel İlkeler 31
Ayrımcılık Yapmama. 31
Çocuğun Yüksek Yararı. 32
Yaşama, Hayatta Kalma ve Gelişme Hakkı.. 32
Çocuğun Görüşlerine Saygı 32
Medeni Haklar ve Özgürlükler 33
Bilgiye Erişim 37
İfade Özgürlüğü 37
Düşünce, Vicdan ve Din Özgürlüğü 37
Örgütlenme ve Barışçıl Toplantı Özgürlüğü 37

Mahremiyet Hakkı ... 37
Doğum Kaydı ve Kimlik Hakkı. ... 37
Çocuğa Yönelik Şiddet ... 37
Aile Ortamı ve Alternatif Bakım. ... 36
Engelli Çocuklar. ... 37
Sağlık ve Refah. ... 37
Eğitim Hakkı. ... 37
Kültür, Eğlence ve Oyun Hakkı.. ... 38
Ekonomik Fayda ... 38
BÖLÜM 3 ... 39
YÖNTEM ... 39
Araştırmanın Modeli ... 39
Çalışma Grubu ... 39
Verilerin Toplanması ... 40
Verilerin Çözümlenmesi ... 42
BÖLÜM 4 ... 43
BULGULAR VE YORUMLAR ... 43
Instagram Kullanıcı Hesapları ... 43
1. Seraphinebelo ... 43
2. Taliaandteresa ... 44
3. Miniteddyoung ... 45
4. Ahsenbersu ... 46
5. Urasozayli ... 46
6. Aylinlilatan ... 47
Birinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular ve Yorumlar ... 48
İkinci Araştırma Sorusuna Yönelik Bulgular ve Yorumlar ... 55
BÖLÜM 4 ... 60
SONUÇLAR VE ÖNERİLER ... 60
Sonuçlar ... 60
Öneriler ... 61
Ebeveynlere Öneriler ... 61
Araştırmacılara Öneriler ... 62
İlgili Kurumlara Öneriler ... 62
KAYNAKLAR ... 64
EK 1. Kontrol Listesi ... 78
EK 2. Etik Kurul Onayı ... 82
BENZERLİK BİLDİRİMİ ... 83
ÖZGEÇMİŞ ... 84

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo **Sayfa**

Tablo 1. Çocuk Hakları Ne Şekilde İhlal Edilmiştir?..... 56

KISALTMALAR

BM	Birleşmiş Milletler

BÖLÜM 1

GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın problem durumuna, amacına, önemine, sayıltılarına, sınırlılıklarına ve çalışmada söz edilen terimlerin tanımlarına yer verilmiştir.

Problem

Medyanın insan hayatındaki rolü her geçen gün artmaktadır (UNICEF, 2017). Yeni medya ortamlarının ortaya çıkışı ve gelişmesiyle birlikte medya, sadece tüketilen bir içerik olmaktan çıkmış; herkes tarafından üretilebilen, dönüştürülebilen ve paylaşılabilen bir ortam haline gelmiştir (Yanık, 2016). Yeni medya araçları sayesinde kullanıcılar geçmişte olduğu gibi medya ortamlarındaki akışı izleyen, içeriğe sınırlı şekilde müdahale edebilen pasif kullanıcılar değil; içeriği yönetebilen, etkileyebilen ve hatta içerik üretebilen "etkileşimci kullanıcı" konumunda yer almaya başlamıştır (Timisi, 2011). Bugünün medyası kullanıcıların pasif tüketici olarak medyaya maruz kalmasını değil onların aktif kullanıcılar haline gelmelerini istemektedir (Lievrouw, 2011). Bu özellikleri sayesinde medya, gün geçtikçe insan hayatında daha fazla yere sahip olmaya başlamış ve gündelik yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Livingstone, 2016; Milberry, 2010).

Günümüzde, dünyanın birçok yerinde çocuklar erken yaşlarda medya dünyasına dahil olmakta ve medya ile iç içe yaşamaktadır (Orhon, 2011; Tutal Cheviron, 2011). Öyle ki, ilk ultrason görüntüsünü çeşitli sosyal medya platformlarında paylaşmak, ebeveynlerin bebek beklediklerini duyurma yöntemlerinden biri haline gelmiştir (Leaver, 2016; Lupton ve Williamson, 2017). Ebeveynlerin henüz anne karnındaki çocuklarının fotoğraf ve videolarını sosyal medyada paylaşmalarıyla çocukların medyada var oluş süreci başlamaktadır (Donovan, 2020; Rideout ve Hamel, 2006). Hatta bazı ebeveynler çeşitli medya platformlarında henüz doğmamış bebekleri adına hesaplar açmakta ve onlar

adına paylaşımlar yaparak doğumlarından itibaren sosyal medya profillerinin oluşmasını sağlamaktadırlar (Ammari, Kumar, Lampe ve Schoenebeck, 2015; Holloway, Green ve Livingstone, 2013). Bu paylaşımlar bebeğin anne karnında var oluşundan başlayarak ergenlik dönemine kadar sürebilmektedir (Archer ve Kao, 2018; Moser, Chen ve Schoeneback, 2017; Verswijyvel, Walrave, Hardies ve Heirman, 2019).

Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok gibi birçok sosyal medya platformunun kullanım koşullarında üyelik alt sınırı 13 yaş olarak belirlenmiştir. Fakat bu kural çocuklardan önce ebeveynleri tarafından ihlal edilmektedir (Boyd, Hargittai, Schultz ve Palfrey, 2011). Pek çok ebeveynin çocukları için daha doğmadan dijital profiller oluşturmaya başladıkları gerçeği göz önünde bulundurulduğunda, yapılan araştırmalar; ebeveynlerin çevrimiçi ortamlarda çocukları hakkında yaptıkları paylaşımların olası sonuçlarını henüz önemsemediklerini göstermektedir (Duggan ve Lenhart, 2015; Lupton ve Pedersen, 2016). Bugünkü eylemlerin çocukların gelecekteki çevrimiçi deneyimlerini şekillendirdiği gerçeği dikkate alındığında bu durum ciddi bir sorun teşkil etmektedir (Brosch, 2016).

Ebeveynlerin çocukları hakkındaki kişisel bilgilerin yer aldığı içerikleri (fotoğraf, video, metin) sosyal medya platformlarında paylaşmaları davranışı "sharenting" olarak adlandırılmaktadır. Bu kavram İngilizce'de paylaşma (share) ve ebeveynlik (parenting) kelimelerinin birleştirilmesiyle türetilmiştir (Blum-Ross ve Livingstone, 2017; Choi ve Lewallen, 2018; Collins Dictionary, 2021). Türkçe alan yazında bu kavrama karşılık gelen bir kelime bulunmamaktadır. Bazı kaynaklarda "paylaşanababalık" şeklinde kullanımına rastlanmaktadır fakat bu kavramın "sharenting" kavramını tam olarak karşılamadığı düşünülmektedir (Erişir ve Erişir, 2018; İnan Kaya ve Kaya, 2017).

"Sharenting" davranışı ebeveynlerin sosyal onay ihtiyacını tatmin edebilmektedir. Sosyal medyada paylaşımları üzerinden yapılabilecek "izlenim yönetimi" sayesinde ebeveynler, başkaları tarafından görülmesini istedikleri görüntüleri tercih ettikleri şekilde onlara sunarlar (Goffman, 1956). Söz konusu paylaşımların dikkat çekmesi, beğenilmesi, etkileşim alması gibi sosyal faydaların yanında; ebeveynler bu paylaşımlardan ekonomik faydalar da sağlayabilmektedir. Fakat paylaşımın nesnesi olan çocuklar için aynı durum söz konusu değildir. "Sharenting" davranışı çocuklar için birçok zarar ortaya çıkarabilmektedir (Brosch, 2016).

Medyanın doğası gereği yapılan bu paylaşımların olası etkilerini hesaplamak zordur (Donovan, 2020). Paylaşımların etkileri geniş ve uzun ömürlüdür. Ebeveynler kötü niyetle olmasa da çocuklarıyla ilgili içerikler yayınlayarak ilerleyen yıllarda,

öngöremeyecekleri sorunlara neden olabilmektedirler. Bu sorunlar, çocukluk yıllarında gizlilik ile ilgili konularda ortaya çıkabilirken, ergenlik yıllarında çocukluk dönemi fotoğraflarının kişi tarafından utanç verici ve rahatsız edici bulunması şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Hatta üniversite eğitimi veya iş hayatında bile bu paylaşımların etkileri gözlemlenebilmektedir (Brosch, 2016).

Ebeveynler bu paylaşımları yaparak çocuklarının özel hayatının gizliliğini ihlal etmekte, kimliklerine müdahale etmekte ve kendilerini tatmin edebilmek için çocuklarının mahremiyetlerini feda etmektedirler (Brosch, 2016; Donovan, 2020). Çevrimiçi bilgilerin kalıcılığı nedeniyle çocuk hakkında paylaşılan verilerin, yetişkinliğine kadar çocuğun bir temsili olarak kalması kaçınılmazdır (Leaver, 2015). Bu tür paylaşımlar çocuğun özerkliğini ortadan kaldırmakta ve her çocuğun doğumdan itibaren sahip olduğu kendi çevrimiçi ayak izlerini oluşturma hakkını elinden almaktadır. Başka bir deyişle "sharenting" çocuğun dijital kimliğine yönelik ilk saldırılardan birini temsil etmektedir (Donovan, 2020).

Çocuğun ismi, doğum günü veya ev adresi gibi kişisel verilerinin paylaşılması herhangi bir kimlik çalınması ihtimaline karşı onu savunmasız hedef haline getirmek anlamına gelmektedir. Ebeveynler bu bilgileri paylaşırken gizlilik ayarlarını düzenleyerek paylaşıma erişebilecek olan kişileri sınırlandırsa bile, paylaşımın bir başkası tarafından kaydedilerek güvenli olmayan bir ortamda paylaşılması riski devam etmektedir. Ayrıca çocuğa karşı işlenen suçların büyük bir çoğunluğunun, çocuğun yakın çevresinde yer alan bir kişi tarafından gerçekleştirildiği gerçeği göz önünde bulundurulduğunda gizlilik ayarlarının düzenlenmesinin de riskin önüne geçemediğini göstermektedir (Haley, 2020).

Yapılan araştırmalarda çocukların ileriki yaşlarında bu tür paylaşımları utanç verici olarak gördükleri ve ebeveynlerinden paylaşımları kaldırmalarını istedikleri görülmüştür. Hatta bazı "sharenting" vakalarının hukuki boyuta taşındığı da bilinmektedir. İtalya'da gündeme gelen bir davada; 16 yaşındaki bir çocuk, annesinin kendisi hakkında rızası olmadan yaptığı paylaşımlardan rahatsızlık duyduğunu dile getirmiş ve dava sonucunda mahkeme tarafından annenin paylaşımları silmesine ve çocuğu hakkında paylaşım yapmaya devam ettiği takdirde 10 bin Euro tazminat ödemesine hükmedilmiştir (Marraffino, 2018). Fransa'da 2016 yılında çıkan yasada ise ebeveynler sosyal medyada çocukları hakkında yaptıkları paylaşımlardan sorumlu tutulmuştur ve çocuklara büyüdüklerinde bu paylaşımlar nedeniyle ebeveynlerine dava açma hakkı verilmiştir (Chazan, 2020).

Türkiye'de, medyada çocukların mahremiyetini korumaya yönelik bir yasa/yasa tasarısı henüz bulunmamaktadır (Aslan ve Durmuş, 2020; Çimke, Yıldırım Gürkan ve Polat, 2018). Ancak Türkiye'nin ve birçok ülkenin taraf olduğu, "çocuk haklarını düzenleyen en önemli uluslararası belge" (Karaman-Kepenekçi, 2012) olan, Birleşmiş Milletler (BM) tarafından hazırlanan Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, "sharenting" olgusu hakkında doğrudan hükümler içermese de çocuk haklarına ve korunmasına ilişkin içeriği sebebiyle bu kapsamda yorumlanabilir niteliktedir (Akdi, 2016; İnan Kaya ve Kaya, 2017).

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, "sharenting" davranışı kapsamında incelendiğinde, bu davranışın çocukların sahip olduğu haklardan bazılarını ihlal edebildiği görülmektedir (Donovan, 2020; Livingstone, 2016; Lupton ve Williamson, 2017). Bu kapsamda, bu çalışmanın problemi ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili içerikleri sosyal medya platformlarında paylaşmaları anlamına gelen "sharenting" davranışının çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme ile temin edilen haklarından birkaçını ihlal etmesidir.

Amaç

Bu araştırmanın amacı; ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışının erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarını ihlal edip etmediğini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorunlara cevap aranacaktır.

Alt Amaçlar:

- Ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışı erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarını ihlal etmekte midir?
- Ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışı erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarını ne şekilde ihlal etmektedir?

Önem

Günümüzde medya deneyimleri kişiselleşme dönemindedir. Kullanıcılar medya ortamlarını çeşitli amaçlarla kullanmakta ve kendi medya alışkanlıklarını oluşturmaktadır (Livingstone, 2016; Milberry, 2010; Tutal Cheviron, 2011). Kullanım şekline ve amacına bağlı olarak yeni medya, kullanıcıların yaşantısını kolaylaştıran birçok yeniliği beraberinde getirmektedir. Kullanıcılar medya ile olan etkileşimlerinde tüketici olmanın yanında artık katılımcı ya da üretici olmayı da tercih edebilmektedir. Bununla birlikte yeni medya ortamlarının bilinçsiz şekilde kullanımı bazı sorunların da ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Livingstone, 2016; Temizyürek ve Acar, 2014).

1980'li yıllarda, kişisel bilgisayarların ortaya çıkmasıyla birlikte çocukların medya kullanımını konu alan birçok çalışma yapılmıştır. Fakat çocukların, medya kullanımının nesnesi haline getirilmesini konu alan çalışmaların sayısı oldukça azdır (Lupton ve Williamson, 2017). Birçok araştırmacı, dijital veri üretiminin insan yaşamını etkilemeye başladığına, özellikle veri gizliliği ve güvenliğine ilişkin endişeler ortaya çıkardığına dikkat çekmektedir. Ancak bunlardan çok azı çocuklar hakkında veri üretimi ile ilgilidir.

Yapılan çalışmalar, ebeveynlerin büyük bir çoğunluğunun çeşitli sosyal medya platformlarında çocukları hakkında paylaşımlar yaptığını göstermektedir (Akdi, 2016; Aslan ve Durmuş, 2020; Blum-Ross ve Livingstone, 2017; Damkjaer, 2018; Moser, Chen ve Schoeneback, 2017). Ebeveynler paylaşımları zaman zaman ekonomik fayda gözeterek yapabilmektedir. Ekonomik fayda gözetilerek yapılan bu paylaşımlar çocuğu ekonomik bir aktör haline getirmekte ve bu durum çocuğun ticari sömürüsü anlamına gelebilmektedir. Bununla birlikte, bu paylaşımlarla ilgili sorumluluk hisseden ve bu paylaşımların çocuğun hem bugünü hem de gelecek yaşantısı için riskler oluşturabileceğinin bilincinde olan ebeveynlerin sayısı oldukça azdır (Ammari vd., 2015). Ebeveynler sosyal kaçış, arşivleme, kendini ifade etme, bilgilenme, ekonomik fayda gibi çok çeşitli motivasyonlarla çocuklarının yer aldığı içerikleri sosyal medya platformlarında paylaşabilmektedir (Cevher ve Ustakara, 2019). Zararsız gibi görünen bu paylaşımlar çok sayıda çocuğun henüz konuşmaya bile başlamadan dijital bir kimliğe ve henüz yürümeye bile başlamadan dijital ayak izlerine sahip olmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla çocukların "sharenting" davranışının olası riskleri konusunda korunmaları gerekmektedir. Özellikle okul öncesi dönemdeki çocuklar, sosyal medyada kendileriyle ilgili risklerden daha az haberdar olacakları için bu konuyla ilgili özel olarak korunmayı hak etmektedir (Kisunaite, 2019).

Medyada çocukların korunması iki açıdan düşünülebilmektedir. Bunlardan ilki çocukların zararlı içeriklerden korunmasıdır. Bu konuda akıllı işaretler, yayın saati sınırlamaları, ebeveyn filtreleri ve ebeveynlerin medya arabuluculuğu gibi yöntemler kullanılmaktadır. İkincisi ise medya içeriklerine konu olan çocukların korunmasıdır (Uzun, 2014). Türkiye'de henüz bu konuda yapılan bir uygulama bulunmamaktadır. Ancak Türkiye'nin ve birçok ülkenin taraf olduğu Çocuk Haklarına Dair Sözleşme bu hususta taraf devletlere sorumluluklar yüklemektedir.

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'de öne çıkan temel ilkelerden biri "çocuğun yüksek yararı"dır. Bu ilkeye göre çocuğu ilgilendiren bütün eylemlerde öncelikle onun yararı gözetilmelidir. Bir diğer ilke ise çocukların kendi haklarında konuşabilmelerinin sağlanması gerekliliğidir. Bu, yetişkinlerin her zaman çocuklar adına konuşamayacağını ve yetişkinlerin çıkarlarının çocukların çıkarlarıyla her zaman örtüşmediğini kabul eder (Lee, 2001). Bununla birlikte Livingstone'a göre (2016) günümüz medya toplumlarında, değişen medya ortamları ve çocukların erken yaşlarda bu ortamlara dahil edilmesi; Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin yaşamsal haklar, korunma hakları ve katılım hakları (3P; provision, protection, participation) konularında sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme kapsamında, çocuğun korunmasından bahsedildiğinde ilk akla gelen şiddet, ayrımcılık, ihmal, sömürü, istismar gibi son derece önemli konulardır. Bunlardan daha soyut olan; çocuğun kimliği, mahremiyeti, haysiyeti, kültürel aidiyeti ve refahı gibi konular zaman zaman göz ardı edilebilmektedir.

Ebeveynlerin çocuklarına ait içerikleri sosyal medya platformlarında paylaşmaları anlamına gelen "sharenting" davranışı, Çocuk Haklarına Dair Sözleşme kapsamında değerlendirildiğinde bazı hak ihlalleri göze çarpmaktadır. Ancak bu olası ihlaller dolaylı birer yorumdan öteye geçememektedir. Bunun en temel sebebi 1989 yılında hazırlanan Sözleşme'nin günümüz dijital dünyası ile uyumlu olmamasıdır. BM Çocuk Hakları Komitesi, bu durumu göz önünde bulundurarak harekete geçmiş ve çeşitli çalışmalar neticesinde 2 Mart 2021 tarihinde Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'yi dijital dünyaya uyarlayarak dijital ortamda çocuk haklarına dair uluslararası bir belge niteliğinde olan 25 sayılı Yorum Kararını yayınlamıştır.

Bu çalışma; ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili içerikleri sosyal medya platformlarında paylaşmaları anlamına gelen "sharenting" davranışı sonucunda erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarından bazılarının ihlaline yol açtığı konusunda farkındalık oluşturması açısından önemlidir. Çocukla temasta olan bütün

kişilerin ve kurumların bu konuda üzerine düşen sorumluluğun farkında olması oldukça önemlidir. Çalışma sonucunda "sharenting" davranışının Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'de ve dolayısıyla 25 sayılı Yorum Kararında yer alan haklardan hangilerini ihlal ettiğinin görülmesi hedeflenmiştir. Böylece çocukların bu davranıştan görebilecekleri zararların önceden belirlenebilmesi ve gerekli önlemler alınarak bu zararların ortadan kaldırılmasına katkıda bulunulması planlanmıştır. "Sharenting" davranışı her ne kadar ebeveynlerle ilgili gibi görünse de bu davranıştan etkilenen çocuktur. Gerekli önlemler alınmadığı taktirde, dijital dünyanın sınırlandırılamayan yapısı göz önünde bulundurulduğunda bu davranışın bilinen sonuçlarının dışında bugün öngörülemeyen sonuçlarının olma olasılığı oldukça yüksektir. Ayrıca bu çalışma Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'de yer alan maddelerin, her geçen gün değişen ve gelişen medya ortamlarında; kullanımın nesnesi haline getirilen çocukların haklarını korumak konusundaki yeterliliğinin anlaşılması açısından da önemlidir.

Sınırlılıklar

Araştırma Instagram adlı sosyal medya platformunda, çocukların ismi ile oluşturulmuş fakat ebeveynleri tarafından yönetilen hesaplar arasından seçilen altı kullanıcı hesabı ile sınırlıdır. Belirlenen kullanıcı hesaplarının paylaşımlarından yalnızca gönderi olarak paylaşılanlar araştırmaya dahil edilmiş, hikâye olarak gerçekleşen paylaşımlar geçici ve süreksiz bir yapıda olabildiğinden araştırmanın takibini zorlaştıracağı düşünülerek değerlendirmeye alınmamıştır.

Tanımlar

Sosyal medya konusunu inceleyen bu araştırmada yeni medya ortamlarında yaygın olarak kullanılan İngilizce terimler Türkçeleştirilmeye çalışılmıştır. Ancak, Türkçeleştirilmiş kullanımlarda anlam kaybı ve cümle yapısında zorluk yaşandığından metin içinde sosyal medyada yaygın olarak kullanılan İngilizce terimler kullanılmak durumunda kalınmıştır.

Caption (Gönderi Metni): Instagram gönderileri paylaşılırken eklenen yazılı açıklamaları ifade eder.

Mention (Bahsetme): Instagram gönderilerinde kullanıcının başka bir kullanıcı hesabından bahsetmesini ifade eder.

Hashtag (Etiketleme): Instagram gönderilerine başka kullanıcılar tarafından daha kolay erişilmesini sağlamak üzere "# (diyez)" işaretinin arkasından boşluksuz şekilde eklenen söz ya da söz öbeklerini ifade eder.

Takipçi: Instagramda bir kullanıcı hesabını izleyen kullanıcı hesaplarını ifade eder.

Caps / Meme: Sosyal medya platformlarında çeşitli görsellerin üzerine eğlenceli metinlerin eklenmesiyle yapılan mizahi paylaşımları ifade eder.

BÖLÜM 2

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde "sharenting" davranışı ve Çocuk Haklarına Dair Sözleşme ile ilgili kavramsal bilgiye ve bu konularda yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalara yer verilmiştir.

Medya

Medya, eski Latince'de "ortam" anlamına gelen "medium" kelimesinden türemiş ve zamanla çoğul bir anlam kazanmıştır. Günümüzde medya, türlü içerikleri kitlelere ulaştırmayı hedefleyen ve bilgi edindirme, eğitme, eğlendirme gibi işlevleri bulunan, görsel, işitsel veya hem görsel hem işitsel araçların oluşturduğu ortamları tanımlamaktadır (Gülçay ve Balcı, 2018). Türkçe'de "kitle iletişim araçları" olarak da tarif edilen medya, geniş kitlelere seslenen ve bu kitlelere çeşitli içerikleri ulaştırmayı hedefleyen araçlar anlamında da kullanılmaktadır (Türkoğlu, 2010).

Yeni Medya ve Geleneksel Medya

Medyanın her geçen gün değişen ve gelişen yapısı, geleneksel medya ve yeni medya ayırımının ortaya çıkmasına ortam hazırlamıştır. Manovich'e göre (2001) bu kavramlar için bir tanım oluşturmak yanlış olacaktır. Çünkü "yeni medya" kavramı dinamik bir kavramdır ve teknolojik gelişmeler ışığında sürekli olarak gelişmekte ve yenilenmektedir. Bu yüzden Manovich (2001) "yeni medya" için kavramsal bir tanım yapmanın olası olmadığını belirtmektedir. Yeni medya kavramındaki "yeni" kelimesi aslında tarihsel gelişim sürecindeki "yeni"yi değil, medya ortamlarının sürekli değişimini ve birbirini etkileyen gelişimler yaşayarak daima "yeni kalma" durumunu ifade etmektedir (Dilmen ve Öğüt, 2006; Yanık, 2016). Çünkü "yeni medya"daki "yeni"lik geçicidir ve içinde bulunulan döneme göre değişmektedir. Kendi dönemi için yeni olan bir medya ortamı bir

sonraki dönem için eski yani “geleneksel” olacaktır (Scolari, 2009). Bununla birlikte bugünün “yeni medya”sını tanımlamaya yönelik çeşitli görüşler mevcuttur.

Rogers (1986) “yeni medya” kavramının üç temel özelliği üzerinde durmuştur. Bu temel özelliklerden ilki etkileşimdir. Bu özellik sayesinde yeni medya ortamlarında iletişim sistemleri dönüştürülerek kullanıcının içeriğe istediği zaman istediği şekilde müdahale edebilmesi sağlanabilmektedir. İkinci özellik olan kitlesizleştirme ile içeriklerin belirli bir kitleye değil kişiye özel olarak üretilmesi sağlanabilmektedir. Üçüncü ve son özellik olan eş zamansızlık da kullanıcının içerikle etkileşim kuracağı zamanı kendisinin belirleyebiliyor oluşunu ifade etmektedir. Dijk’e göre (2006) “yeni medya” kavramı birçok medya ortamının tek bir araçta bir araya gelmiş olmasını ifade etmektedir. Yani başka bir deyişle “yeni medya”, “multimedya” olarak yorumlanabilmektedir. Cardoso ise (2006) “yeni medya” kavramını tanımlarken daha çok işlevselliği ön plana çıkarmış ve yeni medyayı bireyleri bir araya getiren bir ortam olarak tanımlamıştır. Binark’a göre ise (2007) gazete, dergi, televizyon, radyo gibi ortamlar “geleneksel medya”, sayısal teknoloji ile var olan ve multimedya biçimselliğine sahip olan bilgisayar, dijital oyunlar, dijital televizyonlar gibi ortamlar da “yeni medya” olarak adlandırılabilmektedir. Yani yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en belirgin özellik “etkileşimli ve çoklu ortamlı” olmasıdır. Törenli ise (2005); yeni medyayı kendinden önceki iletişim ortamlarını da içinde barındıran, hatta günlük veya mektup gibi özel iletişim alanlarını dahi blog ve anlık iletiler gibi yöntemlerle dijital ortama taşıyan bir platform olarak açıklamaktadır. Saka’ya göre ise (2012) geleneksel medyadaki bir içeriğin yeni medya ortamında da erişilebilir hale gelmesi onun yeni medya sayılması için yeterli değildir. Yeni medya sayılabilmesi için içeriğin söz konusu yeni medya ortamının doğasına uygun hale getirilmesi ve bu ortama uygun bir kullanım pratiği geliştirilmesi gerekmektedir. Aslında bu yönüyle yeni medya geleneksel medyayı da içinde barındırmakta, geleneksel medya üzerine inşa edilmektedir. Fakat medya üretimi, dağıtımı ve kullanımı açılarından farklılıklar gösterebilmektedir (Lister, Dovey, Giddins, Grant ve Kelly, 2009).

Yeni medya ve geleneksel medya için yapılan bu kavramsal tanımların yanı sıra, araştırmacılar bu iki kavramın daha doğru analiz edilmesini sağlamak için bu kavramları birbirinden ayıran bazı temel özellikleri ortaya koymuşlardır. Bugünün yeni medyasını yeni yapan ve geleneksel olandan ayıran en önemli özellikler; zaman ve mekândan bağımsız olması ile kullanıcı etkileşimini en üst düzeye çıkarmasıdır. Hatta bu iki özellik arasında yeni medyanın etkileşim özelliği başka bir deyişle “interaktif” olması en önemli

özellik olarak kabul edilmektedir. Yani yeni medya insanların pasif tüketici olarak medyaya maruz kalmasını değil onların aktif kullanıcılar haline gelmelerini sağlamaktadır (Lievrouw, 2011). Geleneksel medya olarak kabul edilen radyo, televizyon gibi iletişim araçlarının kullanımı sırasında iletişim sürecine sınırlı şekilde müdahale edilebilmektedir. Bu süreçte yayınlanacak programlar ve bu programların içerikleri önceden belirlenmiştir ve denetlenmektedir. Yeni medya ise bundan farklı olarak; herhangi bir denetim söz konusu olmadan, istenilen her anda etkileşime imkân vermektedir. Bununla birlikte yeni medya; geleneksel medyada yalnızca seyirci olan kişinin, içeriğe müdahale edebilen ve hatta içerik üretebilen kişi olmasına olanak sağlamaktadır (Timisi, 2011). Yeni medya ile önceden sadece televizyon dizisi olan bir içerik artık kolaylıkla dizi, oyun, uygulama, tekstil ürünü vs. olabilmektedir. Bununla birlikte artık geleneksel reklamlar yerine ürün yerleştirmeler kullanılmaya başlanmıştır (Valkenburg ve Piotrowski, 2017).

Yeni medyanın ortaya çıkması geleneksel medyanın da yeniden yapılanmasına ortam hazırlamıştır. Örneğin televizyon programları artık kaydedilerek izleyicinin tercih ettiği saatte izlenilebilmekte, televizyonlar ikinci ekran olarak kullanılabilmektedir. Ayrıca izleyici artık sadece televizyon yayın akışında yer alan programları değil, televizyonu ekran olarak kullanarak ulaştığı diğer platformlarda yer alan içeriklerden seçtiklerini izleyebilmektedir. Bunun dışında gazete, dergi gibi diğer geleneksel medya araçları, yeni medya aracılığıyla da erişilebilir hale gelmiştir (Valkenburg ve Piotrowski, 2017).

Yeni medya sadece geleneksel medyayı değil, kendisini de sürekli dönüştürmektedir. Yeni medyanın günümüze kadar yaşadığı gelişmeler sonucunda bugün medya sadece tüketilen bir içerik olmaktan çıkmış, herkes tarafından üretilebilen, dönüştürülebilen, paylaşılabilen bir sistem haline evrilmiştir (Yanık, 2016). Yeni medya ortaya çıkardığı bu "katılım" kültürüyle artık gündelik yaşamın her alanında kendine yer bulmaya ve insanların yaşam pratiklerinde değişimlere neden olmaya başlamıştır (Binark, 2007).

Sosyal Medya

Yeni medya ortamlarının en yaygın kullanılanlarından biri olarak nitelendirilen sosyal medya "insanların görüşlerini, deneyimlerini, kavrayışlarını, algılarını, müzik, video ve fotoğraf gibi içerikleri birbirleriyle paylaşmak için kullandıkları araçlar ve platformlar"ı ifade etmektedir (Linda Lai, 2008). Sosyal medyada, kullanıcılar; sosyal

yazılıma dayalı olan çevrimiçi platformlar ve uygulamalar aracılığıyla kendi rızalarına dayalı olarak metin, fotoğraf, video, yazı gibi farklı türlerde içerikleri diğer kullanıcıların izlenimine sunabilmektedirler. Sosyal medyanın "sosyal" olarak nitelendirilmesi kullanıcılar arası etkileşime dayalı olmasından kaynaklanmaktadır (Lietsala ve Sirkkunnen, 2008).

Sosyal Medya Platformları. Lietsala ve Sirkkunnen (2008)'e göre bir medya platformunun sosyal medya platformu olabilmesi için sahip olması gereken beş temel özellik vardır. Bu özellikler şunlardır:

- "Söz konusu platformun sosyal etkileşime dayalı olması"
- "Katılım sağlayan her kullanıcının kendisine ait bir hesabı olması"
- "İçerik paylaşmaya uygun bir alana sahip olması"
- "İçeriğin tamamının katılımcılar tarafından oluşturulabilmesi, değerlendirilebilmesi ve yeniden paylaşılabilmesi"
- "İçeriklerin diğer ortamlara bağlantı olarak aktarılabilmesi"

Genel bir sınıflandırma yapıldığında sosyal medya platformları; "sosyal ağ siteleri", "blog", "mikroblog", "içerik paylaşım siteleri", "sosyal imleme siteleri", "wiki", "podcast" ve "forum" olarak sınıflandırılabilmektedir (Akıncı Vural ve Bat, 2010; Constantinides ve Fountain, 2008; Kennedy vd., 2007; Mayfield, 2008).

Sosyal ağ siteleri. Her kullanıcının kendisine ait bir sayfasının olduğu ortamlardır. Bu platformda kullanıcılar, diğer kullanıcıların erişimine açık şekilde kişisel web sitelerini oluşturmaktadır. Bu kişisel sayfalarda kullanıcıların doğum tarihi, doğum yeri, dini inancı, hobileri gibi kişisel bilgileri yer alabilmektedir. Bunun yanı sıra kullanıcılar bu sayfalarda fotoğraf, video, yazı veya müzik gibi çeşitli türlerde içerikler paylaşabilmektedirler. Kullanıcılar, diğerlerini kendi sayfalarına davet ederek ve birbirlerine anlık iletiler göndererek etkileşim kurmaktadırlar. Kullanıcılar bu platformlarda kişisel sayfalarını diğerlerinin izlenimine sunarlar ve tanıdıkları veya tanımadıkları diğer kullanıcılarla etkileşim kurarak kendi sosyal ağlarını oluştururlar (Kaplan ve Haenlein, 2010; Safko ve Brake, 2009).

1997'den günümüze kadar kullanıcıları bir araya getirmeye yönelik çeşitli sosyal ağ siteleri oluşturulmuştur. Bu sosyal ağ sitelerinin en önemlilerinden biri LinkedIn'dir. Bu

site, iş odaklıdır ve kullanıcıların mesleki deneyimlerine odaklanarak onları bir araya getirir. Kullanıcılar bu sitede kendi mesleki yaşantılarına dayalı bir profil oluştururlar ve iş odaklı bir etkileşim süreci yürütürler. LinkedIn sosyal ağ sitesinde, kullanıcıların birbirleriyle temasa geçebilmeleri için daha önceden tanışıyor olmaları veya ortak bir tanıdıklarının olması gerekmektedir. Kullanıcılar arası bağlantıların bu şekilde kurulması LinkedIn'i güvenilir bir ortam haline getirmektedir (Papacharissi, 2009).

Bir diğer popüler sosyal ağ sitesi ise MySpace'dir. 2003 yılında kurulan MySpace, kullanıcıların kendi sayfalarını kişiselleştirebilmesi ve kullanıcı taleplerine göre yeni uygulamalar geliştirmesi gibi özellikleri sayesinde diğer sosyal ağ sitelerinin önüne geçmiştir. Bu sayede özellikle sanatçılar, müzisyenler ve üniversiteli gençler arasında oldukça popüler bir hale gelmiştir (Boyd ve Ellison, 2008).

Gün geçtikçe daha popüler hale gelmeye başlayan sosyal ağ sitelerine 2004 yılında Facebook dahil olmuştur. Facebook, o yıllarda Harvard Üniversitesi'nde bir öğrenci olan Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kurulmuştur. Diğer sosyal ağ sitelerinden farkı olarak Facebook, kuruluşundan sonraki ilk yıllarda yalnızca Harvard Üniversitesi öğrencilerinin kullanımına sunulmuştur (Toprak vd., 2009). Zamanla diğer üniversiteleri, lise öğrencilerini ve çeşitli alanlardaki profesyonelleri de kullanıcılarına dahil etmeye başlamış ve en sonunda kurucuları tarafından herkesin kullanımına açık hale getirilmiştir (Boyd ve Ellison, 2008).

Facebook; kullanıcılarına bulundukları bölge, şehir, işyeri veya okul tarafından oluşturulan ağlara katılabilme, bu ağda bulunan diğer kullanıcılarla iletişim kurabilme olanağı sağlamaktadır. Kullanıcılar kendilerine ait profil sayfaları oluşturabilmekte ve bu sayfalara kişisel bilgilerini de ekleyebilmektedir. Kendilerine ait bu sayfalarda fotoğraf, video, etkinlik haberleri, konum gibi daha birçok türde paylaşım yapabilmektedirler. Ayrıca kullanıcılar birbirlerine özel veya herkese açık mesajlar gönderebilmektedirler. Gizlilik ayarları sayesinde kullanıcılar paylaşımlarını kimlerin görebileceğini yönetebilmektedir (Boyd ve Ellison , 2008). Facebook kurulduğu günden itibaren kullanıcıların ihtiyaç ve taleplerine kulak vermiş ve bu doğrultuda sürekli kendisini güncellemiştir. Bu durum Facebook'u diğer sosyal ağlardan ayırmış ve kullanıcı ağını azımsanamayacak bir hızla genişletmesini sağlamıştır (Toprak vd., 2009).

Günümüzde en fazla kullanıcı sayısına sahip bir diğer sosyal ağ sitesi ise Instagram'dır (We Are Social, 2021). Instagram, 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan, fotoğraf ve video paylaşımı için kullanılan bir sosyal ağ sitesidir (Arslan, 2018; Leaver, Highfield ve Abidin, 2020). Kullanıcılar bu sitede kendi

kişisel sayfalarını oluşturarak fotoğraf ya da video içerikleri paylaşabilmektedir. Aynı zamanda başka kullanıcılar takip ederek onların paylaştıkları içerikleri izleyebilmekte ve hesap sahibi tarafından izin verilmişse yorum yapabilmektedir. Instagram'da video ya da fotoğraf paylaşmak için hiçbir teknik bilgiye gerek yoktur. Kullanıcılar tıpkı diğer sosyal ağ sitelerinde olduğu gibi basit yönergeleri izleyerek içerikleri düzenleyebilmekte ve paylaşabilmektedir. Ayrıca paylaştıkları fotoğraf ya da videolara "caption (gönderi metni)" olarak isimlendirilen açıklamalar da ekleyebilmektedir (Leaver, Highfield ve Abidin, 2020; Türkmenoğlu, 2014). Instagram'ın en önemli özelliklerinden biri kullanıcıların paylaştıkları içerikleri etiketleyebiliyor olmasıdır. "Hashtag (etiket)" olarak isimlendirilen bu fonksiyon sayesinde kullanıcılar paylaştıkları içerikleri kendi belirleyecekleri kelimelerle tanımlayabilmekte ve daha kolay erişilebilir hale gelmesini sağlayabilmektedir. Bir içeriğe "hashtag" eklemek için anahtar kelimenin önüne "#(diyez)" işaretini koymak yeterlidir. Yaygın olarak kullanılan hashtag tekniği sayesinde yapılan paylaşımlar dünya üzerinde birçok kişinin erişimini kolaylaştıracak hale gelmektedir (Keith ve Steinberg, 2017). Aynı zamanda kullanıcılar "mention (bahsetme)"lar aracılığıyla kendi gönderilerinde başka bir kullanıcı hesabından da bahsederek atıfta bulunabilmektedir (Leaver, Highfield ve Abidin, 2020; Türkmenoğlu, 2014).

Bloglar, çevrimiçi günlükler olarak adlandırılmaktadır. "Blog" terimi **"**Web ve Log" kelimelerinin birleşmesiyle oluşturulan "Weblog"un kısaltılmasıyla oluşturulmuştur (Constantinides ve Fountain, 2008; Levy, 2009). Blog yayını yapan kişi veya kişiler "blogger" olarak adlandırılmaktadır (Akar, 2010). Bloglar tek bir kişi tarafından yönetilebileceği gibi, bir grup tarafından da yönetilebilmektedirler. Hatta bloglar arasında bağlantılar kurularak daha büyük bir çevrimiçi topluluklar oluşturulabilmektedir. Bu platformlarda; yazar ya da yazarlar kendi fikir ve yorumlarını, yazı; fotoğraf veya video gibi formlarda, anlık olarak izleyiciye sunabilmektedirler (Akar, 2010; Kennedy vd., 2007). Bu içerikler yazarın günlük yaşantısından bahsettiği çevrimiçi günlüğü olabileceği gibi, tercih edeceği başka bir konu hakkında da olabilmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Blogun ziyaretçileri, yazarın gönderilerine yorum yapabilirler veya bloga üye olarak yapılan yeni paylaşımlardan anlık olarak haberdar olabilmektedir (Kennedy vd., 2007). Bu sayede bazı bloglar oldukça geniş bir okuyucu kitlesine ulaşabilmekte ve etkili bir bilgi kaynağı haline gelebilmektedirler (Kaplan ve Haenlein, 2010). Bloglar, yazarların yayınladıkları içeriklerine göre farklı isimler

alabilmektedirler. Bunlardan en yaygın olarak kullanılanlar "kişisel günlük, haber blogları, aktivist bloglar, politik bloglar, eğitim blogları, teknoloji blogları, şirket ve endüstri blogları, ünlülerle ilgili bloglar/dedikodu blogları ve hobi blogları"dır.

Blogların ortaya çıkışından bu yana en yaygın olarak kullanılanlar "metin tabanlı bloglar"dır. Fakat bunun dışında farklı formatlardaki bloglardan da bahsetmek mümkündür (Kaplan ve Haenlein, 2010). Bunlar; "video blog (vlog), foto-blog, mobil-blog (moblog), linklog ve mikroblog" olarak adlandırılmaktadır. Video bloglardaki paylaşımlar metin yoluyla değil video içerikleri yoluyla yapılmaktadır. Blog yayıncısı, blogda video paylaşımlarında bulunmaktadır. Foto-blogda da benzer şekilde paylaşımlar fotoğraf ve resimler yoluyla yapılmaktadır. Mobloglar ise mobil bir cihaz yoluyla yayım yapılan bloglardır. Bu sayede gönderiler zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın, her an her yerden yayımlanabilmektedir. Linkloglar ise özgün bir içeriğe sahip olmayıp diğer bloglardaki içeriklerin listelerini sunmaktadır. Mikroblog ise, anlık mesaj ya da e-posta yoluyla oldukça kısa içerikler oluşturulan bloglardır (Akar, 2010).

Mikrobloglar, blogların yaygınlaşması ve gelişmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Kullanıcılar uzun ve detaylı blog içeriklerinden sonra daha kısa, hızlı ve anlık içeriklere yönelmeye başlamışlardır. Bu da daha kolay ve hızlı etkileşim olanağı sunan mikroblogların kullanımının yaygınlaşmasını sağlamıştır (Safko ve Brake, 2009). Mikrobloglar aracılığıyla kullanıcılar, bilgisayarlarını ya da cep telefonlarını kullanarak, genellikle 140-200 karakter arasında sınırlandırılan, kısa ve anlık paylaşımlar yapabilmektedirler. Bununla birlikte mikroblog, kullanıcılarına durum güncelleme ve anlık mesaj olanağı da sunabilmektedir. Bu yönüyle diğer blog türlerinden ayrılan mikrobloglar, önemli bir etkileşim ortamı haline gelmiştir. Kullanıcıların kolaylıkla giriş yaparak paylaşımda bulunabilmesi, mikroblogların kullanıcı sayısının gün geçtikçe artmasını ve etki alanlarının büyümesini sağlamıştır.

Mikrobloglarda, metin, link, resim, video gibi çeşitli dijital içerikleri anlık olarak paylaşılabilmektedir. Kullanıcılar, tanıdıkları veya tanımadıkları birçok kişiyle etkileşime girebilmektedir. Bu uygulamalar bireyler tarafından o an ne yaptıklarını paylaşmak ve diğerleriyle iletişim kurmak için kullanılabildiği gibi, iş ortakları tarafından toplantıları koordine etmek için, politikacılar tarafından halk ile iletişim kurabilmek için, ünlü kişiler tarafından konser günleri; konferans tarihleri; imza günleri gibi bilgileri hayranları ile paylaşabilmek için de kullanılabilmektedir (Akar, 2010; Hricko, 2010). Mikrobloglar;

kullanıcılarına, bloglara oranla daha az karmaşık ve daha hızlı bir iletişim ortamı sunmaktadır (Java, Song, Finin ve Tseng, 2009).

Günümüzde en yaygın kullanılan mikroblog uygulaması Twitter uygulamasıdır (Bal ve Delal, 2019). Bilinen ilk mikroblog uygulamalarından biri olan Twitter, 2006 yılında Obvious isimli bir şirket tarafından geliştirilmiştir. İlk olarak yalnızca şirket çalışanları tarafından iletişim amaçlı kullanılmış daha sonra tüm internet kullanıcılarının hizmetine sunulmuştur. Twitter, kullanıcıların "tweet" olarak adlandırılan, 140 karakter ile sınırlı anlık mesajlar paylaşabildikleri metin tabanlı bir mikroblog uygulamasıdır (Safko ve Brake, 2009). Bu anlık mesajlar, kullanıcıların dahil oldukları sosyal ağ aracılığıyla bir mesaj akışı oluşturmalarını veya oluşturulan bir akışa dahil olmalarını sağlamaktadır (Boyd, Hargittai, Schultz ve Palfrey, 2011). Twitter, blogların ve sosyal ağ sitelerinin bazı özelliklerini de kendisinde barındırmaktadır. Kullanıcılar sosyal ağ sitelerinde olduğu gibi birbirleriyle bağlantı kurabilirler. Her kullanıcının güncellemelerinin yer aldığı kendisine ait bir "profil sayfası" vardır. Kullanıcılar kimin güncellemelerini takip etmek istiyorlarsa onun "takipçi"si olmayı tercih ederek "tweet"lerini görebilirler. Kullanıcılar kendi "tweet"lerini herkese açık hale getirebildikleri gibi sadece kendisini takip eden kişilerin görebileceği şekilde özelleştirebilme hakkına sahiptir (Boyd ve Ellison, 2008).

İçerik paylaşım siteleri. Kullanıcıların video, fotoğraf gibi multimedya içeriklerini paylaşabildikleri sitelerdir. Bu sitelerde kullanıcılar bir yandan kendilerine ait içerikleri paylaşırken bir yandan da diğer kullanıcıların paylaşımlarını izleyebilmektedir (Anderson, 2007). Aynı zamanda bu siteler paylaşılan içerik hakkında yorum yapmayı, kullanıcılar arasında mesaj yoluyla özel içerikler paylaşmayı ve kullanıcının paylaştığı içeriklere erişimi sınırlandırmasını da mümkün kılmaktadır (Akar, 2010).

İçerik paylaşım sitelerinde paylaşılan video ve fotoğraflar, görsel ve işitsel bir deneyim sunduğu için "metin tabanlı web"e göre daha yoğun bir gerçeklik duygusu oluşturmaktadır. Bu yüzden kullanıcılar tarafından daha fazla tercih edilebilmektedir. Bunun dışında içerik paylaşım sitelerinin en önemli özelliklerinden biri söz konusu içeriği paylaşmak için hiçbir teknik bilgi gerektirmiyor olmasıdır. Kullanıcılar basit yönergeleri izleyerek kolaylıkla paylaşım yapabilmektedirler (Akar, 2010). Bir diğer önemli özelliği ise paylaşılan içeriklerin diğer sosyal medya platformlarına da aktarılabiliyor olmasıdır. Tüm bunlar içerik paylaşım sitelerini kullanıcılar tarafından en çok tercih edilen sosyal

medya platformlarından biri haline getirmiştir (Akar, 2010; Lietsala ve Sirkkunnen, 2008).

Bu türün en yaygın olarak kullanılan örneklerinden biri "Youtube"'dur (Haridakis ve Hanson, 2009). Youtube, kullanıcıları video içerikleri paylaşma ve paylaşılan video içeriklerini görüntüleme olanağı sunan herkesin erişimine açık bir içerik paylaşım sitesidir (Lange, 2008). Video içerikleri filmler, diziler veya müzik videoları gibi profesyonel ortamda hazırlanan içeriklerden oluşabileceği gibi kullanıcıların bir video kamera veya kameralı telefon aracılığıyla kaydedip paylaştıkları basit videolardan da oluşabilmektedir. Kullanıcılar içerik üretip paylaşabilir, yalnızca paylaşılan içerikleri takip etmeyi tercih edebilir veya her ikisini de yapabilir. Ayrıca içerikler diğer web sitelerinde de gömülü olarak paylaşılabilmektedir (Haridakis ve Hanson, 2009) .

Youtube dışında, Google video, Dailymotion, Vimeo gibi içerik paylaşım siteleri de benzer şekilde video paylaşımına ortam hazırlamaktadır. Bunlar dışında resim/fotoğraf paylaşımlarına olanak sağlayan içerik paylaşım siteleri de oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır (Akar, 2010).

Wikiler. Ward Cunningham tarafından 1995 yılında "WikiWikiWeb" adıyla geliştirilmiştir. Hawai dilinde "hızlı" anlamına gelen wiki, bir web sayfası ve bir woed dosyasının birleşimiyle oluşmaktadır. Wikiler herkesin erişimine açık içerikler sunarak kullanıcıların, tek başına veya diğer kullanıcılarla birlikte içerik üretmelerine ve üretilen içerik üzerinde çalışmalarına ortam hazırlamaktadır. Kullanıcılar bu içerikleri bir şifre aracılığıyla "özel" veya "yarı özel" hale getirebilmektedir. Yani wikilerde bütün kullanıcılar hem okuyucu hem de yazardır. Bu durumun temel amacı, içeriklerin çok sayıda kullanıcı tarafından incelenerek düzenlenmesi ve hataların en aza indirilmesidir (Kolbitsch ve Maurer, 2006).

Wikiler metin tabanlı yapısı nedeniyle bloglara benzemektedir. Fakat wikileri bloglardan ayıran en önemli fark birden fazla yazara sahip olmasıdır. Bloglarda içerikler yalnızca blog sahibi yazar tarafından üretilir. Diğer kullanıcılar içeriğe yorum yapabilirler ve içerik hakkındaki fikirlerini belirtebilirler. Fakat içeriğin kendisinde bir değişiklik yapamazlar. Wikilerde ise bütün kullanıcılar "düzenle" seçeneğini kullanarak içerikte istedikleri değişikliği yapabilirler (Aytekin, 2011). Wikiler, bilgi paylaşımını arttırarak içeriğin gelişimini desteklemektedir. Fakat wikilerin herkesin erişimine açık olması içeriklerin standardını yüksek tutmayı engelleyebilmektedir. Kullanıcılar bilerek veya bilmeyerek hatalı eklemeler yapabilmektedir. Bütün kullanıcıların hiçbir ön koşul

olmadan içeriğe erişebilmesi ve değişiklik yapabilmesi bu içeriklerdeki bilginin güvenilirliğini sorgulanır hale getirmektedir. Bu durum her ne kadar sonradan düzeltilebilir olsa da diğer yazarların içeriğe katkı sağlamaya dair motivasyonlarını düşürebilmektedir (Kolbitsch ve Maurer, 2006).

Yaygın olarak kullanılan wiki platformlarından biri, Wikipedia'dır (Myers, 2012). Wikipedia, bütün kullanıcılarına içerik oluşturma ve oluşturulan içerik üzerinde değişiklikler yapabilme imkânı sunmaktadır. Web tabanlı bir ansiklopedi olan Wikipedia, oldukça geniş bir kullanıcı ağına sahiptir (Kolbitsch ve Maurer, 2006; Wirtz, Schilke ve Ullrich, 2010). Bu sayede geleneksel bir ansiklopediden farklı olarak içerdiği konular bakımından oldukça zengindir. Bunun yanında içeriklerin güvenilirliğini arttırmak için oluşturulan içerikleri denetleyen ve düzenleyen "çekirdek kullanıcı"lara sahiptir. Wikipedia dışında; Wikinews, Wikibooks, Wikitravel, Wiktionary, Wikimedia Commons wikilere verilebilecek diğer örneklerdir (Aytekin, 2011).

Sosyal imleme siteleri. Kullanıcıların kendilerine ait kaynak listeleri oluşturabildikleri sitelerdir (Karaman, Yıldırım ve Kaban, 2008). Kullanıcılar, içerikleri tercih ettikleri anahtar kelimeleri kullanarak içeriği tanımlayabilmekte yani etiketleyebilmektedir. Aynı zamanda kullanıcılar, başkaları tarafından kaydedilen imleri izleyerek yeni bilgiler keşfedebilir ve diğer kullanıcıların ilgi alanları hakkında bilgi sahibi olabilir. Bununla birlikte imlere ait etiketler üzerinden aramalar yaparak istedikleri konuyla ilgili içeriklere ulaşabilirler (Akar, 2010).

Kullanıcılar bir içeriği imlemek istediklerinde herhangi bir teknik bilgiye ihtiyaç duymadan etiketleme yapabilirler. Bu içerik kitap, video, web sitesi veya kullanıcının tercih ettiği başka bir şey olabilir. Diğer kullanıcılar da etiketler aracılığıyla içeriklere ulaşabilirler. Bu özelliği sayesinde sosyal imleme siteleri, kullanıcılara etiketler üzerinden herhangi bir konuda kolaylıkla araştırma yapma ve bilgi edinme fırsatı sunmaktadır (Kamel Boulos ve Wheelert, 2007).

Günümüzde yaygın olarak kullanılan sosyal imleme sitelerinden biri Pinterest'tir. Pinterest 2010 yılında geliştirilmiştir. Burada kullanıcılar herhangi bir web sitesinde gördükleri kaynaklardan yola çıkarak "pin" olarak isimlendirilen paylaşımlar yoluyla dijital panolar oluştururlar. Kullanıcılar kendi panolarına pinler ekleyebilecekleri gibi başka kullanıcılar tarafından eklenen pinleri "repinning" yolu ile kendi panolarına dahil edebilirler. Aynı zamanda kullanıcılar bu platformda, anahtar kelimeler kullanarak arama yapabilirler. Pinterest'in önemli özelliklerinden biri, kullanıcıya; görüntülemeyi tercih

ettiği görsel ile birlikte benzerlerini ve aynı görselle ilgili diğer pinleri sunabilmesidir (Hansen, Nowlan ve Winter, 2012; Zarro ve Hall, 2012).

Podcastler. Apple'ın 2001 yılında ürettiği iPodlar aracılığıyla ortaya çıkmıştır. Müzik ve video içeriklerini oynatmak için kullanılan iPod, zamanla "Podcast" olarak adlandırılan yeni bir içeriğin oluşmasını sağlamıştır. "Podcast" terimi ilk kez 2004 yılında "iPod"un, "pod" kısmı ve İngilizce'de yayın anlamına gelen "broadcast" sözcüğünün "cast" kısmı alınarak oluşturulmuştur. 2005 yılında ise bu yeni terim "Oxford American Dictionary"de yer almıştır (Jham, Duraes, Strassler ve Sensi, 2008).

Podcastler, önceden kaydedilen ses ya da video içeriklerinin internet bağlantısı aracılığıyla paylaşılmasıyla oluşturulmaktadır (Anderson, 2007; Barnes, 2007). Kullanıcılar paylaşılan içeriklerden tercih ettiklerini istedikleri zaman ve istedikleri yerde görüntüleyebilmektedir (Jham vd., 2008). Ayrıca beğendikleri podcast kanallarına abone olarak yapılan güncellemeleri anlık olarak alabilmektedir. Bu podcastin en önemli ayırt edici özelliklerinden biridir (Stanley, 2006). Böylece kullanıcılar sevdikleri içeriklere, arama zahmetine girmeden kolayca ulaşabilmektedir. Ayrıca podcastler, isteyen herkesin yayın yapmasına ve fikirlerini diğer kullanıcılara sunmasına ortam hazırlamaktadır (Safko ve Brake, 2009).

Forumlar. Kullanıcıların; genellikle konu başlıkları altında, fikir ve bilgi alışverişinde bulundukları, etkileşime dayalı çevrimiçi platformlardır (Bickart ve Schindler, 2001; Pitta ve Fowler, 2005). Kullanıcılar forumlara giriş yaparak daha önce açılan konu başlıklarındaki tartışmalara katılabilecekleri gibi, kendileri de yeni konu başlıkları açabilmektedir (Kujawski, Holyst ve Rodgers, 2007). Kullanıcılar forumlara ücretsiz olarak katılabilmektedir. Genellikle takma ad kullanarak anonim olma hallerini korumaktadırlar. Kullanıcıların konu başlıkları altında belirttikleri görüşler zamanla onların forum ortamındaki kimliklerini oluşturmaktadır. Diyaloga dayalı sosyal medya platformlarından biri olan forum, birçok kullanıcının soru sormasını ve diğer kullanıcılardan cevap almasını sağlaması bakımından; belirli bir konu üzerinde tartışmak için oldukça uygun bir ortamdır (Bickart ve Schindler, 2001).

Günümüzde ulusal olarak en yaygın olarak kullanılan forumlardan biri "ekşi sözlük" tür (Üngüren, 2019). Ekşi sözlük 1999 yılında Sedat Kapanoğlu tarafından kurulmuştur. Geleneksel olarak doğru bilgiler içeren bir sözlükten ziyade, "yazar" olarak isimlendirilen

kullanıcıların, önceden oluşturulan veya kendi oluşturacakları konu başlıkları altında, “entry” olarak isimlendirilen girdiler aracılığıyla, kişisel düşüncelerini paylaşabildikleri platformdur (Üngüren, 2019; Gürel ve Yakın, 2007).

Sosyal medya platformlarının her biri kullanıcılarına farklı deneyimler sunmaktadır. Kullanıcılar bu platformlardan kendilerine uygun olanı tercih ederek o platformda var olmaktadır. Kullanıcıların tercih ettikleri platform, kullanma sıklığı, kullanma şekli, kullanma nedeni gibi bileşenler sosyal medyayı kullanım alışkanlıklarını belirlemektedir.

Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. Sosyal medyanın son zamanlardaki en popüler iletişim kanallarından biri haline gelmesi ve bugün çok sayıda insanın sosyal medya kullanıcısı olması, insanların neden sosyal medya kullanımına yöneldiği ve neden sosyal medyada var olmayı istedikleri konusunda bazı sorular akla getirmektedir. Kullanıcılar çeşitli nedenlerle sosyal medya kullanımına yönelmekte ve kullanım süreçlerini farklı motivasyonlara göre şekillendirmektedir.

Shao (2009), kullanıcıların sosyal medyada “tüketici”, “katılımcı” ya da “üretici” olmak üzere üç farklı pozisyonda yer alabileceğini ifade etmektedir. Kullanıcı “tüketici” konumunda yer aldığında içeriği okumakta, görüntülemekte ya da izlemektedir; herhangi bir katılım göstermemektedir. “Katılımcı” konumunda yer aldığında ise tüketici olmanın yanında, içerikler veya diğer kullanıcılarla etkileşime girmektedir. Bu etkileşim içerikleri oylamak, yorumda bulunmak ve paylaşmak şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Ancak “katılımcı” konumunda bulunan kullanıcı üretim göstermemektedir. Kullanıcı “üretici” konumunda olduğunda ise metin, ses, fotoğraf, video gibi kişisel içerikler üretebilmekte ve yayınlayabilmektedir. Bu farklı kullanım şekillerinin farklı motivasyonlar sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bireyler bilgi edinmek ve eğlenmek için içerikleri tüketebilmekte, sosyal ve toplumsal ilişkiler için katılım gösterebilmekte ve kendi görüş/düşüncelerini ifade etmek için içerik üretebilmektedir. Bu kullanım şekilleri her ne kadar birbirinden ayrılmış olsa da temelde birbirleriyle bağlantılıdır. İnsanlar farklı motivasyonlarla bu kullanım şekillerinden tercih ettiklerine yönelirler (Shao, 2009). Bu motivasyonları anlamak için medya kullanımının sonucunda elde edilen doyumları anlamak gerekmektedir.

Medya ortamları insanlara oldukça geniş bir yelpazede deneyim olanağı sunarken insanların neden belli ortamları ve belli kullanım şekillerini seçtiklerini anlamayı

kolaylaştıracak yaklaşımların başında 1950'li yılların sonlarına doğru Katz'ın önderliğinde ortaya çıkan "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı" gelmektedir (Katz, 1973; Shao, 2009). "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı"na göre kişiler bireysel ve toplumsal ihtiyaçlarına göre kullanacakları kitle iletişim aracını seçerler ve bu seçim sonucunda belirli konularda doyuma ulaşırlar. Söz konusu ihtiyaçlar bireyler için motivasyon kaynağını oluşturur ve bu doğrultuda medyayı çeşitli biçimlerde kullanırlar. Medya kullanımının amacı ve şekli de kullanıcıların aradıkları doyumlara göre farklılaşabilmektedir (Cevher ve Ustakara, 2019; Katz, 1973; Sheldon, 2008; Üçer, 2016). Bu yaklaşıma göre kullanıcı farkında olmadan medya ortamlarının sundukları arasından kendisi için en doyurucu olanı bulur ve seçer. Medya ortamı aynı olsa da kullanıcıların elde etmeyi amaçladıkları doyumlar birbirinden farklıdır.

"Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı" hakkında yapılan çalışmalar sonucunda, kullanıcıların medya kullanımından elde edecekleri doyumları genellemeye yönelik bazı kategoriler ortaya koyulmuştur. Bunlar "eğlence (sorunlardan kaçış, rahatlama, zaman geçirme)", "kişisel ilişki (medyayı arkadaşlığın yerine koyma, bilginin sosyal faydası)", "kişisel kimlik (kendini keşfetme, değer pekiştirme)", ve "gözetim (başkaları hakkında bilgi edinme)"dir. Kullanıcıların, kullanım sürecinden sağladıkları doyumlar genel olarak bu kategoriler etrafında şekillenmektedir (Fiske, 2014; Sheldon, 2008). Bir başka görüşe göre ise bu doyumlar; "gerçeklik", "çekicilik", "yenilik", "bulunmak", "topluluk oluşturmak", "çoğunluğa katılmak", "etkileşim kurmak", "arama" ve "eğlence" gibi kategorilerde sınıflandırılmaktadır (Sundar ve Limperos, 2013). Yapılan bir araştırmada sosyal medya kullanma motivasyonlarının "sosyal kaçış motivasyonu", bilgilenme motivasyonu", "gözetim ve ifade motivasyonu", "ekonomik fayda motivasyonu", "sosyal etkileşim motivasyonu" olduğu açıklanmıştır (Cevher ve Ustakara, 2019).

Mull ve Lee (2014), Pinterest kullanıcılarının kullanım güdülerini belirlemeye yönelik olarak yaptıkları çalışmada "moda, yaratıcı projeler, eğlence, sanal keşif, düzenleme" olarak beş kategori keşfetmişlerdir (Mull ve Lee, 2014). Gülnar, Balcı ve Çakır araştırmalarında (2010) Facebook ve Youtube platformlarında yer alan kullanıcıların, kullanım güdülerini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada; "narsisizm ve kendini ifade etme, medya kullanımı ve performans, zaman geçirme, bilgi arama, kişisel statü, ilişki ve eğlence" olarak yedi kategori keşfetmişlerdir. Whiting ve Williams yaptıkları araştırmada (2013) sosyal medya kullanımında on doyum kategorisi ortaya koymuşlardır. Bunlar "sosyal etkileşim, bilgi arayışı, zaman geçirme, eğlence, rahatlama, iletişimsel yararlılık, kolaylık yararlılığı, fikir beyan etme, bilgi paylaşımı ve gözetleme"

olarak belirlemiştir. Yapılan başka bir araştırmada Instagram kullanıcılarının kullanım güdüleri ise genel olarak "eğlence, sosyalleşme, görsellik ve anındalık" olarak belirlenmiştir (Ting, Run ve Liew, 2016). Sheldon ve Bryant (2016) yaptıkları araştırmada Instagram kullanıcılarının güdülerini "gözetim, belgeleme, havalılık ve yaratıcılık" olarak belirlemişlerdir.

Tüm bu kategoriler göz önünde bulundurulduğunda Instagram kullanıcılarının kullanım güdülerinin de genel olarak "sosyal etkileşim, arşivleme, kendini ifade etme, kaçış, eğlence ve gözetleme" kategorileri etrafında şekillendiği görülmektedir (Saatçioğlu ve Sabuncuoğlu İnanç, 2020). "Sosyal etkileşim güdüsü"; kullanıcının tanıdığı diğer kullanıcılarla iletişim kurmak istemesi, onlarla bağlantıda kalarak paylaşımlarını takip etmek istemesi, ortak ilgi alanlarına sahip olduğu kullanıcılarla tanışmak ve bağlantı kurmak istemesi gibi durumlarla ortaya çıkmaktadır. "Arşivleme güdüsü"; kullanıcının gündelik yaşamda önemsediği anları fotoğraf ve videolarla kaydederek kişisel sayfasına eklemesi, diğer kullanıcıların paylaşımlarından beğendiklerini kaydetmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. "Kendini ifade etme güdüsü"; kullanıcının kendi görüş ve düşüncelerini ortaya koyacak nitelikte paylaşımlar yapması, gerçek kimliğini ve kişisel bilgilerini içeren güncellemeler paylaşması, diğer kullanıcılar tarafından fark edilmeyi beklemesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. "Kaçış güdüsü"; günlük yaşamın stresinden uzaklaşmak, sorunlardan kaçmak, rahatlamak, yalnızlıktan uzaklaşmak, zaman geçirmek gibi şekillerde ortaya çıkmaktadır. "Eğlence güdüsü", kullanıcının kendi ilgi alanına yönelik ve keyif aldığı paylaşımları görüntülemesi, ünlülerin yaşamlarını takip etmesi, dünyanın her yerinde bulunan insanların yaşamlarını göz atabilmesi gibi şekillerde ortaya çıkmaktadır. "Gözetleme güdüsü" ise diğer kullanıcıların yaşamları ve paylaşımlarıyla ilgili bilgi edinme, karşılaştırma yapma gibi şekillerde ortaya çıkmaktadır.

Bununla birlikte Instagram, 2015 yılında sponsorlu reklam uygulamasına geçmiştir. Böylece Instagram kullanıcılarının markalarla iş birliği yaparak ürün tanıtmaları sayesinde elde ettikleri "maddi kazanç" da Instagram kullanımındaki en önemli güdülerden birisi haline gelmiştir (Yaşa Özeltürkay, Bozyiğit ve Gülmez, 2017). Instagram kullanıcısı olan ebeveynler de birer sosyal medya kullanıcısı olduklarından dolayı, onların da paylaşımlarının yaparken genel olarak bu güdülere sahip oldukları söylenebilir. Haslam, Tee ve Baker (2017) ebeveynlerin sosyal medya kullanımlarını araştırdıkları çalışmalarında, ebeveynlerin sosyal medyayı kullanırken "sosyal destek sağlama, ebeveynlik tavsiyesi alma, diğer konularda tavsiyeler alma, çocukların farklı davranışlarına nasıl yaklaşacaklarına dair bilgi edinme, olumlu deneyimleri paylaşma,

yaşadıkları zorlukları paylaşma, bağımlılık hissetme, diğer sitelerle bağlantı kurabilme, eğlence, iyi hissetme, rahatlama" gibi güdülere sahip olduklarını bulmuşlardır. Türkiye'de yapılan güncel bir araştırmada ise ebeveynlerin en çok "mutluluğunu kanıtlamak" amacıyla sosyal medya paylaşımlarında bulundukları belirlenmiştir (Akpınar, Paylan, Etlik, Erus ve Karakoç, 2020).

Sharenting

"Sharenting" kavramının ilk olarak sosyal medya bağlamında İngilizce'de fazla paylaşım anlamına gelen "oversharing" ve ebeveynlik anlamına gelen "parenting" kelimelerinin birleşimiyle türetilen "oversharenting" şeklinde Wall Street Journal tarafından ortaya atıldığı iddia edilmektedir (Kline, 2020). 2016 yılında "sharenting" olarak Collins Dictionary'de yer alan bu kavram "çocuğa dair haberlerin, resimlerin v.b. paylaşıldığı sosyal medya kullanım alışkanlığı" olarak tanımlanmıştır (Collins Dictionary, 2021). Urban Dictionary'de ise "ebeveynlerin çocuklarının bilgilerini, resimlerini ve özel anlarını çevrimiçi ortamlarda, çoğunlukla Facebook'ta paylaşması durumu" olarak yer almaktadır (Urban Dictionary, 2021). Özetle "sharenting" ebeveynlerin, çocuklarıyla ilgili bilgilerin yer aldığı içerikleri çeşitli sosyal medya platformlarında kendi kararlarıyla paylaşmalarını ifade eder (Brosch, 2016; Keith ve Steinberg, 2017; Blum-Ross ve Livingstone, 2017).

Yapılan ulusal ve uluslararası araştırmalar ebeveynlerin, çocukları henüz 0-2 yaş aralığındayken sosyal medyada onlar hakkında içerikler paylaşmaya başladıklarını göstermektedir (Aslan ve Durmuş, 2020; Steinberg, 2017). Çocukları konu alan bu paylaşımlar çocuk henüz anne karnındayken ultrason görüntülerinin paylaşılmasıyla bile gerçekleşebilmektedir (Donovan, 2020; Rideout ve Hamel, 2006). Çocuk henüz dünyaya gelmeden başlayan bu "sharenting" davranışı; çocuğun doğumu, yaşamının ilk günleri, uyku ve beslenme süreci, ilk adımları, ilk kelimeleri, oynadığı oyunlar, mutlu ve üzgün anları gibi yaşamına dair detayları içine alarak sürmektedir. Sonuç olarak azımsanmayacak sayıda çocuk henüz konuşmaya dahi başlamadan dijital bir kimliğe ve henüz yürümeye dahi başlamadan dijital ayak izlerine sahip olmaktadır.

Türkiye'de 0-13 yaş arasında çocuğu olan 464 ebeveyn ile yapılan bir araştırmada annelerin %69,8'inin, babaların ise %50.8 inin sosyal medyada çocuklarıyla ilgili paylaşımlarda bulunduğu belirlenmiştir (Akpınar vd., 2020). Benzer şekilde ABD'de

Michigan Üniversitesi C.S. Mott Çocuk Hastanesi tarafından yapılan araştırmada ise annelerin %56'sının, babaların ise %34'ünün sosyal medyada çocukları hakkında paylaşımlarda bulunduğu saptanmıştır (C.S. Mott Children's Hospital National Poll on Children's Health, 2015). Polonya'da yürütülen bir araştırmada ise 0-8 yaş aralığında çocuğu olan 168 ebeveynin Facebook paylaşımları incelenmiştir. Araştırma sonucunda ebeveynlerin %40'a yakınının, çocuklarının 100'ün üzerinde fotoğrafını paylaşmıştır. %90,5'i çocuğun kişisel bilgilerini içeren yorumlar yayınlamıştır (Brosch, 2016). Danimarka'da yapılan bir araştırmada ise ebeveynlerin "iyi bir ebeveyn" olma ve bunu diğerleri ile paylaşma güdüsü ile hareket ettikleri belirlenmiştir (Damkjaer, 2018).

Estonya'da yapılan bir çalışmada "sharenting" davranışının çocuklar ve anneler tarafından nasıl algılandığını belirlemek için 9-13 yaşları arasındaki 14 çocuk ve bu çocukların anneleri ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre annelerden bazıları sosyal medyada çocuklarla ilgili içerikler paylaşmanın doğru olmadığını düşünmelerine rağmen paylaşım yapmayı sürdürdüklerini ifade etmiştir. Bazı aileler çocuklarına sosyal medyanın zararlarından korumaya yönelik kurallar koyarken bu kurallara kendilerinin uymadıklarını belirtmişlerdir. Çocuklar ise sergiledikleri başarılar söz konusu olduğunda annelerinin onlar hakkında paylaşımlar yapmalarından gurur duyduklarını fakat kendileri hakkında olumsuz düşünceler oluşturabilecek paylaşımlar yapmalarından rahatsız olduklarını ifade etmişlerdir (Lipu ve Siibak, 2019). Çocuklar ebeveynlerinin okul, spor, sanat veya diğer hobiler gibi alanlarda sergiledikleri başarılar hakkında paylaşımlar yapmaları konusunda olumlu görüşe sahiptir. Fakat onların mahremiyetini ihlal edecek nitelikte paylaşımlar yapmaları konusunda ise olumsuz görüşe sahiptir (Moser, Chen ve Schoeneback, 2017). Türkiye'de yapılan başka bir araştırmada ise Facebook kullanıcısı olan 200 ebeveynin paylaşımları geriye dönük olarak incelenmiştir. Araştırma sonucunda ebeveynlerin %28'inin çocukları hakkında çocuklarının onaylamadığı içerikler paylaştıkları belirlenmiştir (Özaslan, Gültekin Akduman ve Aydoğan, 2018).

"Family Online Safety Institute" tarafından 2015 yılında yayımlanan "Parents, Privacy and Technology Use (Ebeveynler, Gizlilik ve Teknoloji Kullanımı)" raporuna göre ebeveynlerin %19'unun çocukları hakkında "çocuğun utanç verici bulduğu" veya gelecekte utanç verici bulabileceği paylaşımlar yaptıkları belirlenmiştir (Family Online Safety Institute, 2015). 2012 yılında "AVG Technologies" şirketi tarafından birkaç ülkede (ABD, Kanada, Fransa, Almanya, Birleşik Krallık, İspanya, İtalya, Japonya, Yeni Zelanda, Avustralya) gerçekleştirilen araştırmada 0-2 yaş arasındaki çocukların %81'inin

bir sosyal medya hesabı ya da dijital bir izi olduğu belirlenmiştir. 0-2 yaşları arasında çocuğu olan annelerin %81'i çocuklarına ait fotoğrafları herhangi bir sosyal medya platformunda paylaşmıştır. Bu annelerin yaklaşık %33'ü yeni doğan çocuklarının fotoğraflarını, %23'ü ise henüz doğmamış olan çocuklarının anne karnındaki ultrason görüntülerini de sosyal medya platformlarında paylaşmış oldukları görülmüştür (Stevens, 2010).

Türkiye'de 2017 yılında Instagram kullanıcısı bir anne hakkında boşanma sürecinde olduğu eşi tarafından "biri yedi diğeri dört yaşında olan çocuklarını reklam malzemesi yaparak para kazandığı ve istismara davetiye çıkardığı" iddiasında bulunulmuş, mahkeme babayı haklı bulmuş, çocuklarla ilgili paylaşılan içeriklerin kaldırılmasına ve tekrar paylaşılmasının yasaklanmasına karar vermiştir. Ayrıca bu durum nedeniyle çocukların velayeti davayı açan babaya verilmiştir (Erişir ve Erişir, 2018).

Ebeveynler, sosyal medyada çocukları ile ilgili paylaşımlarda bulunurken kendi psikolojik ve sosyal tatminlerine odaklanabilmekte ve çocuklarının bu durumdan görebilecekleri zararları göz ardı edebilmektedirler (Dursun, 2019; Erişir ve Erişir, 2018). Bazı ebeveynler ise çocuklarla ilgili komik ve eğlenceli içeriklerin paylaşılmasında bir sorun olmadığını, çocuğun ilerleyen yaşlarda bundan rahatsız olmayacağını düşünmektedir (Erişir ve Erişir, 2018). Bazı ebeveynler ise çocuğun bu paylaşımlardan görebileceği zararı "nazar" olgusu gibi soyut bir kavram ile ele alarak bu durumu üçüncü bir kişinin kötü bakışı ile değerlendirebilmektedir. Ebeveynlerin bu görüşleri onların çocukları ile ilgili paylaşımlar yaparken çocuk haklarını düşünmekten ne kadar uzak olduklarını gözler önüne sermektedir (Putri, Harkan, Khairunnisa, Nurintan ve Ahdiyat, 2019). Uzmanlar çocuk ile ilgili paylaşımlar yaparken "bir yetişkin olduğunda bu paylaşımı nasıl değerlendireceği" konusunda düşünerek paylaşım yapmayı önermektedir (Keith ve Steinberg, 2017). Yapılan paylaşımların çocuklar için bir "dijital dövme" niteliğinde olduğu ve asla silinmeyen bir dijital hafızaya kaydedildiği unutulmamalıdır (Yavuz, 2020).

Çocuğun yaşantısının sürekli olarak kayıt altına alınması ve bu kayıtların sosyal medya platformlarında paylaşılması, çocuğu; oldukça geniş kapsamlı ve uzun ömürlü birçok riskle karşı karşıya getirmektedir (Donovan, 2020). Bu risklerden bazıları şöyle sıralanabilir:

- Ebeveynler tarafından yapılan bu paylaşımlar çocuğun söz hakkını ortadan kaldırmaktadır. Ebeveynler genellikle çocuğun ne düşündüğünü değil, fotoğrafın kendilerine göre nasıl göründüğü veya etkileşim alıp almayacağı konularına

odaklanmaktadır. Bu konuda çocuğun söz hakkı genellikle göz ardı edilmektedir. Çocuğun "dijital kendini gerçekleştirme" hakkına müdahale edilmektedir (Donovan, 2020; Rymanowicz, 2018).

- Bir gönderi sosyal medyada paylaşıldıktan sonra artık kontrol sadece gönderiyi paylaşan kişide olmamaktadır. Teknolojinin bireylere sunduğu olanaklar sayesinde bu gönderiler başkaları tarafından kaydedilebilmekte ve farklı ortamlarda paylaşılabilmektedir. Üstelik kullanıcının içeriği "herkese açık" olmayan şekilde paylaşması bile bu durumu değiştirmemektedir (Rymanowicz, 2018). 2007 yılında yaşanan bir olayda bir anne çocuğunun bir fotoğrafını sosyal medyada paylaşmıştır. Fotoğraf diğer kullanıcılar tarafından eğlenceli bulunmuş ve fotoğrafa eğlenceli yazılar eklenerek "caps" ya da "meme" denilen eğlenceli içerikler oluşturulmuştur. Çocuk hakkında küçük düşürücü yorumları da barındıran bu içerikler bugün hala erişilebilir haldedir (Yavuz, 2020).
- Paylaşılan gönderiler, üçüncü kişiler tarafından çocuğun profilinin çıkarılmasına ve başka hesaplarda kendilerine aitmiş gibi paylaşmalarına bir başka deyişle "çevrimiçi kimlik hırsızlığı"na yol açabilmektedir (Rymanowicz, 2018). Bu kimlik hırsızlığı bazı sosyal medya platformları tarafından da yapılabilmekte ve ticari çıkarlar doğrultusunda üçüncü kişilerle paylaşılabilmektedir (Donovan, 2020).
- Çocuklar ebeveynleri tarafından oluşturulan bu sanal kimliklerine bağlanabilmekte veya istemeden benimseyebilmektedir (Duygulu, 2017).
- Ortaya çıkan önemli risklerden biri de pedofilidir. Pedofiller, paylaşılan çocuk fotoğraflarını arşivleyebilmektedir. Hatta kullandıkları internet sayfalarında sergileyebilirken "plajdaki çocuklar", "spor yapan çocuklar" gibi kategorilendirerek paylaşabilmektedir (Yavuz, 2020).
- Çocuklara yönelik ayrımcılığın oldukça yaygın olduğu sosyal medyada yapılan bu paylaşımlar nedeniyle çocuklar her yaşta ayrımcılığa maruz kalma riskiyle karşı karşıya kalmaktadır (Donovan, 2020).

"Sharenting" davranışının sonuçları ebeveynler tarafından önemsiz olarak görülse de çocuklar için bu durum gerçek bir risktir ve uzun vadeli sonuçları olabilmektedir. Yapılan paylaşımlar çocuğun sahip olduğu birçok hakkının da ihlaline neden olabilmektedir (Donovan, 2020).

Çocuk Hakları

Çocuk haklarının başlangıç noktası insan haklarıdır. Çocuklar insanların sahip olduğu tüm haklara sahip olmakla birlikte gelişimsel ihtiyaçları sebebiyle bazı özel haklara ihtiyaç duymaktadır (Akyüz, 2020; Erbay, 2019; Karaman-Kepenekçi, 2012). Çocuk hakları, geniş anlamda "çocuğun; bedensel, zihinsel, duygusal, sosyal ve ahlaksal bakımlardan özgürlük ve saygınlık içinde, sağlıklı ve normal biçimde gelişebilmesi için hukuk kuralları ile korunan yararları" olarak tanımlanmaktadır (Akyüz, 2020). Uluslararası hukukta çocuk haklarını koruyan ve geliştiren birçok hukuki metin bulunmaktadır. Bu metinlerin en önemlisi ise 20 Kasım 1989 tarihinde Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'dir. Sözleşme, BM Genel Kurulu'nda oy birliği ile kabul edilmiş ve 193 ülke tarafından onaylanmıştır. Türkiye ise 1990 yılında 43 diğer ülke ile Sözleşme'yi imzalamış ve Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde 1994 yılında çıkan kanunla onaylamıştır. 27 Ocak 1995 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, bir önsöz ve üç ayrı bölümden oluşmaktadır. Önsözde insan haklarından ve temel ilkelerden bahsedilmektedir. Birinci bölüm 41 maddeden oluşmaktadır. 41 maddenin 2, 3, 5 ve 12. maddelerinde sözleşmenin temel ilkeleri yer almaktadır. İkinci bölüm 42. maddeden başlamaktadır. Bu bölümde taraf devletlerin yükümlülüklerinden söz edilmektedir. Üçüncü bölümde ise yürütmeye ilişkin hükümler yer almaktadır (Office of the High Commissioner for Human Rights, 1989).

Sözleşme'de yer alan genel ilkeler şunlardır:

- "Çocuğun Gelişme Hakkı: Her çocuğun toplumun etkin ve sorumlu bir üyesi haline gelebilmesi için kendisine ayrılan kaynaklardan yararlanma hakkı vardır."
- "Çocuğun Yüksek Çıkarı (Yararı): Çocuğu ilgilendiren tüm kararlarda, çocuk için en yüksek fayda elde edilecek şekilde karar verilmesi olarak tanımlamak mümkündür."
- "Ana Babaların Hakları ve Sorumlulukları: Çocuğun yetiştirilmesinde ilk sorumluluk anne ve babaya aittir."

Sözleşme'de, çocuk hakları dört alt kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; "yaşamsal haklar", "gelişimsel haklar", "korunma hakları" ve "katılım hakları"dır. Bu kategoriler şu şekilde özetlenebilir:

1) “Yaşamsal Haklar: Çocuğun yaşama ve uygun yaşam standartlarına sahip olma, tıbbi bakım, beslenme, barınma gibi temel gereksinimlerinin karşılanmasını öngören haklardır.”
2) “Gelişimsel Haklar: Çocuğun kendini en üst düzeyde gerçekleştirmesinin sağlanabilmesi için eğitim hakkı, oyun hakkı, dinlenme, bilgi edinme ile din, vicdan ve düşünce özgürlüğü haklarıdır.”
3) “Korunma Hakları: Çocuğun her türlü istismar ve ihmale karşı korunmasını sağlayan haklardır.”
4) “Katılım Hakları: Çocuğun ailede ve toplumda etkin bir rol kazanmasını sağlamaya yönelik haklardır.” (Akyüz, 2020; Karaman-Kepenekçi, 2012).

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, Taraf Devletleri çocuk haklarını korunma ve hak ihlallerini önleme hususlarında yükümlü kılar. Çocuklara dair haklar üçüncü kişiler tarafından ihlal edilebileceği gibi kimi zaman ebeveynler tarafından da hak ihlali içeren davranışlar gerçekleşebilmektedir. Çocuklarına dair içerikleri sosyal medya platformlarında paylaşan ebeveynler tarafından ortaya konulan “sharenting” davranışı da çocukların sahip olduğu haklardan bazılarını ihlal edebilmektedir.

Örneğin, Sözleşme’nin 8. maddesinde “çocuğun kimliğinin korunması” hakkı yer almaktadır (OHCHR, 1989). Ayrıca 16. maddede yer alan “Hiçbir çocuğun özel yaşamına keyfi ve hukuka aykırı bir müdahalede bulunulamaz” ibaresi ile çocuğun özel hayatının gizliliğini tanınmakta ve korunması taahhüt edilmektedir (Donovan, 2020; OHCHR, 1989). Fakat “sharenting” davranışı ile çocuğa ait veriler, çocuğun kimliği ve özel yaşamı diğerlerinin gözetimine sunulmaktadır (Leaver, Highfield ve Abidin, 2020). Bu durum çocuğun “kimlik hakkı”, “özel yaşamın gizliliği” ve “mahremiyet hakkı”na müdahaleyi temsil etmektedir (Donovan, 2020).

Sözleşme’nin 13. maddesinde ise “çocuğun ifade özgürlüğü” hakkını konu alınmaktadır. “Sharenting” davranışı çocuğun doğuştan sahip olduğu bu hakkı kullanabilmesinin önüne geçer. İlgili maddeye göre çocuk; herhangi bir girdi olmaksızın kimliğini boş bir tuval üzerine işleme hakkına sahiptir. Fakat “sharenting” davranışı çocuğun henüz bu konuda karar alabilecek ya da yorum yapabilecek yaşa gelmeden hakkındaki bilgilerin sosyal medyada yer almasına neden olmaktadır. Çocuk kendisi hakkında üretilen verileri kontrol etme hakkına sahiptir fakat “sharenting” davranışı bunun önüne geçerek çocuğun kimliğine müdahale edilmesi anlamına gelmektedir (Donovan, 2020; OHCHR, 1989).

Çocukların yer aldığı içeriklerin sosyal medyaya yüklenmesi bir rıza doğrultusunda olmalıdır. Bu noktada ebeveynlerin bu konuda rıza gösterip gösteremeyeceği tartışılmaktadır (Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi rıza konusunu incelerken imajın kişiliğin temel bileşenlerinden biri olduğu ve bu imajı kontrol etme hakkının kişisinin kendisine ait olması gerektiği sonucuna varmıştır (Case of Reklos and Davourlis v. Greece, 2009). Dolayısıyla bu durum söz konusu içeriklerin paylaşılması konusunda çocuğun kendi rızasının olması gerektiği anlamına gelmektedir.

Sözleşme'nin 19. maddesi "çocuğun korunma hakkı"nı konu almaktadır. Bu madde uyarınca çocuk şiddetin bütün formlarından korunması için gereken önlemler alınmalıdır. Fakat "sharenting" davranışı çocukları verilerinin toplanması, kimlik hırsızlığı, zorbalık, istismar gibi çevrimiçi ortamdaki potansiyel suçlarla karşı karşıya getirmekte ve onları savunmasız bırakmaktadır (Donovan, 2020; Leaver ve Highfield, 2018; Bessant, 2018).

Ebeveynlerin "sharenting" davranışı Sözleşme kapsamında değerlendirildiğinde bazı hak ihlalleri gözlemlenebilmektedir fakat bu olası ihlaller dolaylı birer yorumdan öteye geçememektedir. Bunun en temel sebebi 1989 yılında hazırlanan Sözleşme'nin günümüz dijital dünyası ile uyumlu olmamasıdır. Bu durum karşısında harekete geçen BM Çocuk Hakları Komitesi çok yönlü bir çalışma başlatarak Sözleşme'ye taraf olan devletlerin raporlarını incelenmiş, dijital medya ve çocuk haklarıyla ilgili bir genel değerlendirme günü düzenlemiş, İnsan Hakları Konseyi'nin tavsiyeleri ve özel prosedürlerinden yararlanmış, devletlerle; uzmanlarla ve diğer paydaşlarla görüşmeler yapmış ve 28 farklı ülkede çok çeşitli koşullarda yaşayan 709 çocukla görüşmeler yapmıştır. Komite bu çalışmalar neticesinde 2 Mart 2021 tarihinde Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'yi dijital dünyaya uyarlayarak dijital ortamda çocuk haklarına ilişkin uluslararası bir belge niteliğinde olan 25 sayılı Yorum Kararını yayımlamıştır.

Bu Yorum Kararının giriş bölümünde Taraf Devletlerin, Sözleşme'yi dijital ortamda nasıl uygulanacağı açıklanmaktadır. Dijital ortamda çocuk haklarının korunması, bu haklara saygı duyulması ve gereklerinin yerine getirilmesi konularındaki fırsatlar, riskler ve zorluklardan bahsedilmiştir. Ayrıca Taraf Devletlerin bu konulardaki yükümlülüklerine yer verilmiş ve ilgili düzenlemeler konusunda rehberlik sağlanmıştır.

Karar'da dört temel ilke yer almaktadır. Bu ilkeler şunlardır:

1. Ayrımcılık yapmama: Taraf Devletler tüm çocukların dijital ortama eşit ve etkili erişim olanağına sahip olmasını sağlamalıdır. Dijital dışlanmanın ve ayrımcılığın önüne geçmek için gereken tüm önlemleri almalıdır. Kamusal alanlarda çocuklar için ücretsiz ve güvenli internet erişimi sağlamayı ve diğer

alanlarda kullanımı kolaylaştırıcı politika ve programlara yatırım yapmalıdır. Taraf Devletler; cinsiyet, engellilik, sosyoekonomik düzey, etnik köken, dil, cinsel yönelim veya diğer gerekçelerle hiçbir çocuğun ayrımcılığa maruz kalmaması için proaktif önlemler almalıdır. Dijital ortamda toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden kaynaklanan ayrımın önüne geçmek için özel önlemler almalı; dijital okuryazarlığa, mahremiyete ve çevrimiçi güvenliğe özel önem vermelidir. Bu ilke özellikle pandemi gibi durumlarda eğitime erişimde eşitlik açısından oldukça önemlidir.

2. Çocuğun yüksek yararı: Bu kavram bağlama göre değerlendirme gerektiren dinamik bir kavramdır. Dijital ortam başlangıçta çocuklar için tasarlanmamıştır fakat günümüzde çocukların hayatında önemli bir yer kaplamaktadır. Taraf Devletler, dijital ortamın sağlanması, düzenlenmesi, tasarlanması, yönetimi ve kullanımına ilişkin tüm eylemlerde her çocuğun yüksek yararının birincil husus olmasını sağlamalıdır.
3. Yaşam, hayatta kalma ve gelişme hakkı: Dijital ortamlar çocukların yaşamında giderek daha önemli bir rol oynamaktadır. Taraf Devletler, çocukları dijital ortamda yaşama, hayatta kalma ve gelişme haklarına yönelik risklerden korumak için tüm uygun önlemleri almalıdır. Dijital cihazların kullanımı zararlı hale gelmemeli veya çocuklar arasındaki, çocuklar ile ebeveynler veya bakıcılar arasındaki yüz yüze etkileşimlerin yerini almamalıdır. Taraf Devletler, dijital cihaz kullanımının beyin esnekliğinin en üst düzeyde olduğu ve sosyal çevrenin, özellikle ebeveynler ve bakıcılarla olan ilişkilerin çocukların bilişsel, duygusal ve sosyal gelişimini şekillendirmede çok önemli olduğu yaşamın ilk yıllarındaki etkilerine özellikle önem vermelidir.
4. Çocuğun görüşlerine saygı: Taraf Devletler, çocukların görüşlerini ifade etmeleri için dijital araçlara ilişkin farkındalığı ve bu araçlara erişimi teşvik etmeli ve gerektiğinde anonim olarak, yetişkinlerle eşit bir şekilde katılmaları için çocuklara eğitim ve destek sunmalıdır. Taraf Devletler, dijital ortamla ilgili olarak çocuk hakları konusunda mevzuat, politikalar, programlar ve eğitimler geliştirmeli ve bunlara tüm çocukları dahil etmeli, ihtiyaçlarını dinlemeli, onların görüşlerine gereken önemi vermelidir. Taraf Devletler, ilgili yasal, idari ve diğer tedbirler konusunda çocuklara danışmalı ve görüşlerinin ciddiye alınmasını sağlamalıdır. Çocukların katılımının gizlilik, düşünce ve

fikir özgürlüğü haklarını ihlal eden uygunsuz izleme veya veri toplama ile sonuçlanmamasını sağlamalıdır. Danışma süreçlerinin teknolojiye erişimi olmayan veya onu kullanma becerisine sahip olmayan çocukları kapsamasını sağlamalıdırlar.

Bu ilkeler dışında ilgili kararda Taraf Devletlerin uygulama önlemleri, mevzuat, kapsamlı politika ve strateji, koordinasyon, kaynakların tahsisi, veri toplama ve araştırma, bağımsız izleme, bilginin yayılması; bilinçlendirme ve eğitim, sivil toplumla işbirliği, çocuk hakları ve iş sektörü, ticari reklam ve pazarlama, adalete ve çözüm yollarına erişim konularında yükümlülüklerine ve önerilere yer verilmiştir.

Kararda "Medeni Haklar ve Özgürlükler" başlığı altında çocukların dijital ortamdaki haklarına yer verilmiştir. Bunlar "bilgiye erişim, ifade özgürlüğü, düşünce ve vicdan özgürlüğü, örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü, mahremiyet hakkı, doğum kaydı ve kimlik hakkı" yer almaktadır. Bu haklardan sonra sırasıyla "çocuklara yönelik şiddet, aile ortamı ve alternatif bakım, engelli çocuklar, sağlık ve refah, eğitim; boş zaman ve kültürel faaliyetler, özel koruma önlemleri, uluslararası ve bölgesel iş birliği, yaygınlaştırma" başlıkları yer almaktadır.

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme kapsamında hazırlanan Yorum Kararı dijital dünyaya aşağıdaki şekilde uyarlanmıştır (Office of the High Commissioner for Human Rights, 2021);

Genel İlkeler

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'yi dijital dünyaya uyarlamak üzere hazırlanan 25 sayılı Yorum Kararında dört genel ilke yer almaktadır. Bunlar;

Ayrımcılık Yapmama. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin ikinci maddesinde yer alan "ayrım gözetmeme ilkesi" Yorum Kararında "ayrımcılık yapmama" ilkesi olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Bu ilkede Taraf Devletlerin, çocukların; dijital ortamda herhangi bir nedenle ayrımcılığa maruz kalmaması için gerekli önlemleri alması ve dijital ortamlara eşit şekilde erişimlerinin sağlanması gerekliliğinden bahsedilmiştir.

Çocuğun Yüksek Yararı. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dokuzuncu maddesinde yer alan "çocuğun yüksek yararının gözetilmesi ilkesi" Yorum Kararında "çocuğun yüksek yararı" ilkesi olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Bu ilkede "çocuğun yüksek yararı" kavramının dinamik bir kavram olduğundan bahsedilmiştir. Dolayısıyla bu ilkeyi dijital ortam da dahil olmak üzere çocuğun yer aldığı tüm eylemlerde onun yüksek yararının gözetmenin en önemli husus olduğu şeklinde yorumlamak doğru olacaktır. Ayrıca bu kısımda çocuğun yararı gözetilirken sahip olduğu tüm hakların da zarardan korunması gerekliliğine yer verilmiştir. Bu doğrultuda düşünüldüğünde çocuğa dair herhangi bir hakkın ihlal ediliyor olması "çocuğun yüksek yararı" ilkesinin de ihlal edildiği anlamına gelmektedir.

Yaşama, Hayatta Kalma ve Gelişme Hakkı. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin altıncı maddesinde yer alan "yaşama ve gelişme hakkı" Yorum Kararında "yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı" ilkesi olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Kararda çocukların dijital cihazları kullanımının zararlı hale gelmemesi gerekliliğinden bahsedilmekte ve bu konuda ebeveynlere, bakıcılara, eğitimcilere ve diğer aktörlere sorumluluklar yüklenmektedir. Ayrıca çocukların dijital ortamlarda istismar, sömürü, suiistimal, siber saldırı, taciz, kumar gibi karşılaşabileceği bütün risklere ve tehditlere karşı korunması gerekliliğinden bahsedilmektedir. Bununla birlikte çocukların dijital dünyada yer alması ve bu durumdan ekonomik bir fayda elde edilmesinin onları ekonomik aktörler haline getireceğinden dolayısıyla bunun ticari sömürü anlamına geleceğinden bahsedilmektedir.

Çocuğun Görüşlerine Saygı. Çocuk haklarına Dair Sözleşme'nin on ikinci maddesinde yer alan "*çocuğun görüşünün alınması ilkesi*" Yorum Kararında "*çocuğun görüşlerine saygı*" ilkesi olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Kararda dijital ortamın çocukların kendilerini ilgilendiren herhangi bir konuda seslerini duyurmaları için oldukça elverişli bir ortam olduğu belirtilmiştir. Çocukların dijital ortama doğru ve eşit şekilde katılımının sağlanması, bu konuda çocuklara yönelik eğitimler düzenlenmesi, yaşanabilecek sorunlarla ilgili önlemler alınması, çocukları ilgilendiren içerikler oluştururken onların görüşlerine başvurulması konu edilerek gerekli düzenlemelerin yapılması hususunda Taraf Devletlere sorumluluklar yüklenmektedir. Ayrıca çocuğun

dijital ortamlara herhangi bir şekilde katılımı sağlanırken görüşlerinin dikkate alınması, gizlilik, düşünce ve fikir özgürlüğü haklarının ihlal edilmemesi gerekliliğinden bahsedilmektedir.

Medeni Haklar ve Özgürlükler

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'yi dijital dünyaya uyarlamak üzere hazırlanan 25 sayılı Yorum Kararında çocukların dijital dünyada sahip olduğu haklar ve özgürlükler yer almaktadır. Bunlar;

Bilgiye Erişim. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dokuzuncu maddesinde yer alan *"gerekli bilgilere ulaşma hakkı"* Yorum Kararında *"bilgiye erişim"* hakkı olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Kararda Taraf Devletlerin çocukların toplumu ilgilendiren konularda uygun şekilde bilgiye erişimlerinin sağlanması ve onlar için yaşa uygun dijital içerikler sağlaması gerekliliğinden bahsedilmektedir. Bu içeriklerin farklı formatlarda medya, müzeler, kütüphaneler, eğitim kurumları, bilim ve kültür kuruluşları dahil olmak üzere ulusal ve uluslararası kaynak tarafından üretilmesinin teşvik edilmesi; engelli veya azınlık gruplarına mensup çocuklar için de erişilebilir ve anlaşılabilir olması gerekliliğine yer verilmiştir. Ayrıca çocukların bilgiye erişimlerinin ticari ve siyasi çıkarlardan bağımsız olması sağlanmalıdır. Taraf Devletler çocukları zararlı ve güvenilmez içeriklerden korumalı ve bütün içeriklere güvenli bir şekilde erişimini sağlamalıdır. Çocuklar tarafından kullanılan dijital hizmet sağlayıcıları da güvenilir ve yaşa uygun içerik hazırlamaya teşvik etmelidir. Ayrıca bu konuda ebeveyn, bakıcı, eğitimci gibi çocukla etkileşimde olan kişilere rehberlik sağlamalıdır. Bu hakkın yalnızca kullanımının yalnızca Sözleşme'nin 13. maddesinde belirtilen "başkalarının itibarına saygı; milli güvenliğin, kamu düzeninin, kamu sağlığı ve ahlakın korunması nedenleriyle ve kanun tarafından öngörülmek ve gerekli olmak kaydıyla" sınırlandırılabileceği belirtilmiştir.

İfade Özgürlüğü. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin on üçüncü maddesinde yer alan *"ifade özgürlüğü"* Yorum Kararında da *"ifade özgürlüğü"* olarak yer almış ve dijital

dünyaya uyarlanmıştır. Buna göre çocuklar istedikleri medya ortamını kullanarak görüş ve düşüncelerini ifade edebilirler. Taraf Devletler çocuklara bu hakkı nasıl kullanılacakları ile ilgili bilgi ve eğitimler sağlamalıdır. Çocuklar görüş ve düşüncelerini ifade ettiklerinde karşılaşabilecekleri tehlikelere karşı korunmalıdır. Bu hakka getirilebilecek her türlü kısıtlama yasal, gerekli, orantılı olmalıdır ve çocuklara uygun şekilde bildirilmelidir. Kısıtlamalar yalnızca Sözleşme'nin 13. maddesinde belirtilen "başkalarının itibarına saygı; milli güvenliğin, kamu düzeninin, kamu sağlığı ve ahlakın korunması nedenleriyle ve kanun tarafından öngörülmek ve gerekli olmak kaydıyla" yapılabilir. Taraf Devletler çocuklara ait verilerin dijital ortamda farklı amaçlarla kullanımını engellemelidir. Ayrıca bunların kendi dijital profillerini oluşturma süreçlerinin yerini almamasını ve bu süreci engellememesini sağlamalıdır.

Düşünce, Vicdan ve Din Özgürlüğü. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin on dördüncü maddesinde yer alan "*düşünce, vicdan ve din özgürlüğü*" Yorum Kararında da "*düşünce, vicdan ve din özgürlüğü*" olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Buna göre dijital ortamda çocuğun düşünce, vicdan ve din özgürlüğüne saygı gösterilmelidir. Çocuklar dijital ortamlarda bunlarla ilgili karşılaşabilecekleri manipülasyon, müdahale ve kısıtlamalardan korunmalıdır.

Örgütlenme ve Barışçıl Toplantı Özgürlüğü. BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin on beşinci maddesinde yer alan "*dernek kurma özgürlüğü*" Yorum Kararında da "*örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü*" olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Buna göre dijital ortam çocukların sosyal, dini, etnik, kültürel, cinsel ve politik kimliklerini oluşturmalarına; kültürel alışveriş, sosyal uyum ve çeşitlilik için kamusal alanlara katılmalarına olanak sağlar. Taraf Devletler çocukların dijital ortama katılma hakkının korunmasını sağlamalıdır. Bu hakka sadece yasal, gerekli ve orantılı kısıtlamalar getirilebilir. Bu tür bir katılım çocukların herhangi bir ayrımcılık ya da eşitsizliğe maruz kalmasına yol açmamalıdır.

Mahremiyet Hakkı. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin sekizinci maddesinde yer alan "*kimliğin korunması hakkı*" Yorum Kararında da "*mahremiyet hakkı*" olarak yer

almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Sözleşme'de bu hakka kısaca yer verilmiştir. Ancak dijital ortamda kişisel verilerin gizliliğinin ihlal edilmesi, depolanması, işlenmesi ve çok çeşitli amaçlar için kullanılması Yorum Kararında bu hakkın daha geniş bağlamda yorumlanmasını gerektirmiştir.

Buna göre mahremiyet çocuk için hayati önem taşır. Çocuklar dijital ortamda kamu kurumları, işletmeler ve diğer kuruluşlar tarafından verilerinin toplanması, işlenmesi ve kimlik hırsızlığı gibi mahremiyeti tehdit eden risklerle karşılaşabilirler. Bu duruma çocuğun dijital ortamdaki faaliyetlerinden kaynaklanabileceği gibi aile üyeleri, akranlar veya diğer kişilerden de kaynaklanabilir. Ebeveynlerin çocuklarına ait görüntüleri çevrimiçi ortamda paylaşması buna örnek oluşturur.

Çocuk hakkındaki her türlü bilgi; kimliği, etkinlikleri, konumu, duyguları, sağlık durumu ve ilişkileri çocuğun verilerini oluşturur. Bu verilerin dijital ortamlarda kontrolsüzce paylaşılması onu otomatik veri işleme, profil oluşturma, davranışsal hedefleme, bilgi filtreleme, toplu gözetim gibi etkisi hayatlarının sonuna kadar devam edebilecek durumlarla karşı karşıya getirir.

Çocuğun mahremiyetine müdahale yalnızca keyfi ya da yasadışı olmayan durumlarda yapılabilir. Bu nedenle bu tür bir müdahale ancak yasa tarafından çocuğun yararı gözetilerek sağlanmalıdır. Taraf Devletler çocuğun mahremiyetinin korunması hususunda gerekli tüm önlemleri almalıdır.

Çocuğun verilerinin işlenmesi için rızanın gerekli olduğu durumlarda rızanın çocuk tarafından belirtilmesi gerekmektedir. Çocuğun yaşına ve kapasitesine bağlı olarak ebeveyn veya bakıcı tarafından çocuğun yararı gözetilerek belirtilmesi gerekmektedir. Ayrıca Taraf Devletler çocukların, ebeveynlerinin veya bakıcılarının makul ve yasal sınırlamalara tabi olarak saklanan verilere kolayca erişebilmelerini ve bu verileri yönetebilmelerini sağlamalıdır. Veriler yasal süreçlere uygun olarak yalnızca yetkili kişiler tarafından kullanılabilir olmalıdır. Ebeveynler ve bakıcılar dijital ortamda çocukların mahremiyetini koruma konusunda bilgilendirilmelidir.

Doğum Kaydı ve Kimlik Hakkı. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin yedinci maddesinde yer alan "*isim ve vatandaşlık hakkı*" Yorum Kararında da "*doğum kaydı ve kimlik hakkı*" olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Buna göre çocuğun kamusal hizmetlere erişimini kolaylaştırmak için yeni doğan çocukların doğumlarının kaydedilmesi ve dijital kimlik sistemlerinin kullanımı teşvik edilmelidir. Özellikle uzak

bölgelerdeki çocuklar, mülteci ve göçmen çocuklar, risk altındaki çocuklar için bu sistemlerin yaygın kullanımına önem verilmelidir

Çocuğa Yönelik Şiddet. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin farklı maddelerinde (19, 33, 34, 35, 36, 37, 38) yer alan çocuğun her türlü kötü muameleden korunması ile ilgili hususlar Yorum Kararında da "*çocuğa yönelik şiddet*" olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Buna göre dijital ortam çocuğun şiddet, istismar, sömürü gibi çok çeşitli risklere maruz kalmasını kolaylaştırıcı etki oluşturabilir. Taraf Devletler böyle durumlara karşı çocukları koruyucu politikalar izlemeli, gerekli yasal ve idari önlemleri almalıdır.

Aile Ortamı ve Alternatif Bakım. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin yirminci maddesinde yer alan *"aile ortamından yoksun çocuğun korunma hakkı"* Yorum Kararında *"aile ortamı ve alternatif bakım"* olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Buna göre ebeveynler çocuklarına dijital ortamla ilgili rehberlik sağlamak konusunda desteğe ihtiyaç duyabilir. Taraf Devletler bu desteği sağlamalı ve çocuk haklarının dijital ortamda nasıl korunması gerektiği konusunda ebeveynleri ve bakıcıları bilgilendirmelidir. Ebeveynler ve bakıcılar çocukların dijital dünyayla ilgili aktivitelerinde onlara rehberlik ederken çocuğun yüksek yararını göz önünde bulundurmalı, çocukların kendi haklarını koruyamadıkları durumlarda onların haklarını koruyucu rol üstlenmelidir. Ayrıca ebeveynleri boşanmış olan çocukların ebeveynleriyle istedikleri zaman görüşebilmeleri, ailelerinden ayrı olan çocukların aileleriyle veya evlat edinilecek çocukların koruyucu aileleriyle iletişim kurabilmeleri için dijital teknolojilere erişimi sağlanmalıdır.

Engelli Çocuklar. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin yirmi üçüncü maddesinde yer alan "*özürlü çocukların durumlarına özgü hakları*" Yorum Kararında da "*engelli çocuklar*" olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Buna göre dijital ortam engelli çocukların bilgiye erişmeleri, sosyal ilişkiler kurmaları ve karar alma süreçlerine katılmaları için fırsatlar oluşturur. Taraf Devletler bunu takip etmeli ve desteklemelidir. Dijital dünyanın çeşitli engel gruplarındaki çocuklar için erişilebilir olması için gerekli çalışmaları yapmalı, gerekli eğitim ve kaynakları sağlamalıdır. Ayrıca engelli çocukların

dijital ortamda karşılaşabilecekleri siber saldırganlık, sömürü, istismar da dahil olmak üzere bütün risklere karşı önlemler almalı ve koruyucu stratejiler geliştirmelidir.

Sağlık ve Refah. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin yirmi dördüncü maddesinde yer alan *"sağlık ve sağlık hizmetlerinden yararlanma hakkı"* Yorum Kararında da *"sağlık ve refah"* olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Buna göre dijital teknolojiler sağlık hizmetlerine erişimi kolaylaştırabilir; özellikle dezavantajlı çocuklar için fiziksel, ruhsal sağlık ve beslenme konularında teşhis ve tedavi işlemlerini iyileştirebilir. Ayrıca çocuklar ruh sağlığı, cinsel sağlık ve üreme gibi konularda bilgi sahibi olmak istemektedir. Taraf Devletler psikolojik danışma hizmetleri de dahil olmak üzere bu konularda çocukların yaşlarına uygun şekilde, güvenli ve gizli erişime sahip olmalarını sağlamalıdır. Çocukların zihinsel, fiziksel veya ruhsal sağlığını etkileyecek bilgi, materyal veya hizmetlerin yayılmasını önlemeli ve bu konularda düzenlemeler yapmalıdır. Dijital teknolojilerin çocukların gelişimine ve haklarına zarar verecek nitelikte kullanımı ile ilgili önlemler almalıdır.

Eğitim Hakkı. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin yirmi sekizinci maddesinde yer alan "eğitim hakkı" Yorum Kararında da "eğitim hakkı" olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Buna göre dijital ortam çocukların eğitime erişimini sağlayabilir veya geliştirebilir. Öğrenci ve öğretmen arasındaki veya öğrenciler arasındaki etkileşimi güçlendirebilir. Taraf Devletler çocuklar için yerli ve yabancı çeşitli dijital ve etkileşimli kaynaklara erişimini sağlamak için bütün eğitim ve kültür kurumlarını desteklemelidir. Ayrıca okullarda ve diğer öğrenme ortamlarında dijital teknolojilerin eşit kullanımını sağlamalı ve desteklemelidir.

Okulda bulunamayan veya uzak bölgelerde yaşayan çocuklar için uzaktan ve mobil öğrenmeyi; bu öğrenme süreci için gerekli temel araçları sağlamalı böylece ortaya çıkabilecek eşitsizlikleri ortadan kaldırmalıdır. Ayrıca okulların ebeveynlere ve bakıcılara evde uzaktan öğrenme süreci konusunda rehberlik sağlamak için yeterli kaynaklara sahip olmasını sağlamalıdır. Dijital eğitim teknolojilerinin kullanımı eğitim amaçlarına uygun ve etik olmalı ve bu kullanım çocuk hakları ihlalleri oluşturmamalıdır.

Taraf Devletler çocuklara dijital okuryazarlığın okullarda temel eğitim müfredatının bir parçası olarak okul öncesi dönemden itibaren yer almasını sağlamalıdır.

Kültür, Eğlence ve Oyun Hakkı. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin otuz birinci maddesinde yer alan "dinlenme, boş zaman değerlendirme ve kültürel etkinliklere katılma hakkı" Yorum Kararında "kültür eğlence ve oyun hakkı" olarak yer almış ve dijital dünyaya uyarlanmıştır. Buna göre Taraf Devletler çocukların boş zamanlarında erişim sağladıkları dijital teknoloji ve hizmetlerin onlar için kültür, eğlence ve oyun fırsatlarını arttıracak şekilde tasarlanması ve kullanılmasını sağlamak adına profesyoneller, ebeveynler ve bakıcılar için rehberlik sağlamalı ve dijital hizmet sağlayıcılarla iş birliği yapmalıdır. Ayrıca çocukların dijital ortamdaki kültür, eğlence ve oyun fırsatlarının desteklenmesinin, onların yaşadığı fiziksel yerlerde yapılacak çekici alternatifler ile dengelenmesini sağlamalıdır.

Ekonomik Fayda. Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin otuz ikinci maddesinde yer alan "çocukların çalışmalarına yönelik ilkeler" Yorum Kararında ayrıca bir başlık olarak yer almamıştır. Fakat kararın çeşitli bölümlerinde bu ilkelerin etkileri görülmektedir. Günümüzde dijital dünya kullanıcılarına ekonomik fayda sağlamaya yönelik çok çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Karara göre dijital ortamlarda çocuğun kendisi, ebeveyn, bakıcı veya çocukla iletişimde olan diğer yetişkinler tarafından çocuğu konu alan içerikler oluşturulması, paylaşılması ve bu içerikler üzerinden ekonomik bir fayda sağlanması çocuğun ekonomik bir aktör haline gelmesine yol açmaktadır. Bu yolla çocuk üzerinden ekonomik fayda sağlanması bir nevi çocuk işçiliği anlamına gelmektedir ve bu durum çocuğun ekonomik olarak sömürülmesiyle sonuçlanabilmektedir.

BÖLÜM 3

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma grubu, verilerin toplanması ve verilerin çözümlenmesi hakkında bilgiler yer almaktadır.

Araştırmanın Modeli

Ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışının erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarını ihlal edip etmediğini araştıran bu çalışma; nitel bir araştırmadır. Nitel araştırmalar, "araştırmacıların; araştıracakları konu ya da konuları doğal ortamında inceledikleri, elde edilen bulguları anlamlandırma ve yorumlama çabası içinde oldukları" bir araştırma modeli olarak tanımlanmaktadır (Denzin ve Lincoln, 1998). Ayrıca nitel araştırmalar; yazılı görsel belgeler, ses kayıtları davranışlar gibi kaynaklardan çeşitli yöntemlerle elde edilen verilerin sistematik olarak analiz edilerek sonuçların ortaya konulmasını hedeflemektedir (Berg ve Lune, 2015).

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunun seçileceği sosyal medya platformu Instagram olarak belirlenmiştir. Bu seçimin en temel sebebi Instagram'ın günümüzde en çok kullanıcı sayısına sahip sosyal paylaşım sitesi olmasıdır (We Are Social, 2021). Bununla birlikte Instagram kullanıcılarına tüketici, katılımcı ya da üretici olabilme; herkese açık veya gizli paylaşımlar yapabilme; diğer kullanıcılarla doğrudan mesajlaşabilme gibi birçok tercih sunmaktadır. Ayrıca bu platformda fotoğraf, video, ses, yazı gibi çeşitli içerikler bir arada yer almaktadır. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda araştırmanın doğasıyla uyumlu bir yapıda olduğu da değerlendirilerek araştırmanın çalışma grubu Instagram kullanıcıları arasından belirlenmiştir.

Bu araştırmanın çalışma grubunu erken çocukluk dönemindeki çocukların isimleriyle oluşturulan ve bu çocukların ebeveynleri tarafından yönetilen, araştırmanın yapıldığı tarihte en fazla takipçi sayısına sahip, üç Türk- üç yabancı kullanıcı hesabı oluşturmaktadır. Bu hesapların "kişisel bilgiler" bölümünde hesabın ebeveynler tarafından kullanılıyor olduğunu belirten; "managed by mom", "managed by dad", "managed by parents" etiketleri yer almaktadır.

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun (2016) 5. Maddesinin d bendinde belirtilen "Kişisel Verilerin İşlenmesi Şartları"na göre kişisel veriler "ilgili kişinin kendisi tarafından alenileştirilmiş olması" halinde işlenebilir. Bu sebeple kullanıcı hesapları gizlilik tercihi "halka açık" olarak düzenlenen hesaplar arasından seçilmiştir. Ancak söz konusu hesaplarda verileri paylaşılan çocukların mahremiyetini ve kişisel kimliklerini korumak amacıyla kullanıcı hesaplarına ait kullanıcı adları araştırmada gizli tutulmuş ve takma kullanıcı adları kullanılmıştır.

Verilerin Toplanması

Nitel araştırmalarda veri toplanırken sürece hiçbir müdahale yapılmaz. Söz konusu durumu en doğal haliyle analiz etmek hedeflenir (Buran, 2015; Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2016). Yin (2009) nitel araştırmalarda veri toplama sürecinde altı kaynağa yer vermiştir. Bunlar; dokümanlar, arşiv kayıtları, görüşmeler, direkt gözlem, katılımcı gözlem ve fiziksel yapılardır. Bu çalışmada kullanılacak kaynak dokümanlardır.

Dokümanlar bir durumu araştırmada kullanılabilecek en etkili veri toplama araçlarındandır. Çünkü dokümanlar; araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında kayıt altına alınan her türlü bilgiyi kapsar (Buran, 2015; Büyüköztürk vd., 2016). Bu çalışmada kullanılacak olan dokümanlar, Instagram gönderileri olarak belirlenmiştir. Çalışma grubuna dahil olma ölçütlerine sahip olan ve önceden belirlenen Instagram hesaplarında paylaşılan son yirmi gönderi araştırmanın verilerini oluşturmuştur. Gönderi sayısının yirmi olarak sınırlandırılma nedeni yapılan pilot çalışmada bir hesaba ait verilerin bu sayıdan sonra tekrarlanmaya başlaması, elde edilen veriler dışında yeni ve farklı bir verinin elde edilememesi dolayısıyla verilerin doygunluğa ulaştığının belirlenmiş olmasıdır (Creswell 2015).

Verilerin toplanması sürecinde BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme temel alınarak ölçütler belirlenmiş ve "Kontrol Listesi" oluşturulmuştur. Fakat veri toplama süreci başlamadan kısa bir süre önce yine BM tarafından Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'yi dijital dünyaya uyarlayan 25 sayılı Genel Yorum Kararı yayımlanmıştır. Bu karar Taraf Devletlerin Sözleşme'yi dijital ortamda nasıl uygulamaları gerektiğini açıklamaktadır. Ayrıca dijital ortamda tüm çocuk haklarının korunması ve yerine getirilmesi ile ilgili olarak Taraf Devletlere sorumluluklar yüklemekte; bu konuda karşılaşılabilecek fırsatlar, riskler ve zorluklar konusunda rehberlik sağlamaktadır.

Bu bilgiler ışığında 25 sayılı Genel Yorum Kararı incelendiğinde araştırmanın yapısı ile örtüştüğü belirlenmiş ve araştırmayı güncel boyuta taşımak amacıyla bu karar kapsamında düzenlemeler yapılması gereği doğmuştur. Bu doğrultuda bu alanda çalışmaları bulunan üç farklı doktor öğretim üyesinin uzman görüşleri alınmış ve "Kontrol Listesi" 25 sayılı Yorum Kararı'nda BM tarafından belirlenen ölçütlere göre güncellenmiştir. Bu ölçütler 25 sayılı Yorum Kararı'nda "Genel İlkeler" başlığı altında yer alan "ayrımcılık yapmama, çocuğun yüksek yararı, yaşama; hayatta kalma ve gelişme hakkı, çocuğun görüşlerine saygı" ilkeleri, "Medeni Haklar ve Özgürlükler" başlığı altında yer alan "bilgiye erişim, ifade özgürlüğü, düşünce; vicdan ve din özgürlüğü, örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü, mahremiyet hakkı, doğum kaydı ve kimlik hakkı" hakları ve ayrıca "Çocuğa Yönelik Şiddet", "Aile Ortamı ve Alternatif Bakım", "Engelli Çocuklar", "Sağlık ve Refah" ile "Eğitim, Eğlence ve Kültürel Faaliyetler" başlığı altında yer alan "eğitim hakkı, kültür; eğlence ve oyun hakkı", son olarak "ekonomik fayda" olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın çocuk hakları ile derinden ilgili olması bu çalışmanın disiplinler arası bir boyutta yorumlanabilmesine olanak sağlamıştır. Bu nedenle veri toplama sürecinde çalışmanın güvenirliğini arttırmak amacıyla; belirlenen ölçütler doğrultusunda inceleme yapılırken hukuk alanında doktora düzeyinde çalışmalarını yürüten bağımsız bir araştırmacının da görüşlerine başvurulmuştur. Bu görüşler, kontrol listesinde ölçüt olarak belirlenen çocuk haklarının yorumlanmasına ve incelenen gönderilerde ihlal edilen çocuk haklarının tespit edilmesine katkı sağlamıştır.

Verilerin Çözümlenmesi

Nitel araştırmalarda elde edilen verileri analiz etmek için iki temel yöntem kullanılmaktadır. Bu yöntemler "içerik analizi" ve "betimsel analiz" olarak ayrılmaktadır. "İçerik analizi" veri toplama sürecinde elde edilen verilerin derinlemesine analiz edilmesini ve analiz sonucunda elde edilen bulguları açıklayan kavram ve temalara ulaşılması sürecidir. "Betimsel analiz" ise elde edilen verilerin, veri toplama süresinden önce, kavramsal çerçeve doğrultusunda belirlenen kavram ve temalara göre analiz edilmesinde tercih edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Bu çalışmada dokümanlardan elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Betimsel analizde elde edilen verilerin düzenlenerek ve yorumlanarak okuyucuya sunulması amaçlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Söz konusu veri; "kitap, gazete, tarihi belge, nutuk, konuşma, kanunlar, müfredatlar, yönetmelikler reklam filmleri ve panoları, sinema filmleri, internet sayfaları, fotoğraflar, oyunlar" gibi herhangi bir içerik olabilir (Kızıltepe, 2015).

Betimsel analizde veriler dört aşamada analiz edilir. Bunlar "Betimsel analiz için bir çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması"dır. İlk aşamada, araştırmanın kavramsal çerçevesinden yola çıkılarak veri analizi için bir çerçeve oluşturulur. İkinci aşamada, veriler bu çerçeve doğrultusunda düzenlenir. Bu aşamada araştırma raporu için verilerden yapılacak olan alıntılar da belirlenir. Üçüncü aşamada ise elde edilen bulgular tanımlanır ve doğrudan alıntılarla desteklenir. Son aşamada ise elde edilen bulgular açıklanır ve yorumlanır. Bu çalışmada da kavramsal çerçeve doğrultusunda temalar ve temalara dahil edilecek kavramlar 25 sayılı Yorum Kararı doğrultusunda önceden belirlenmiştir. Ardından veriler bu tema ve kavramlar doğrultusunda düzenlenmiş ve bu süreçte bulguları desteklemek üzere yapılacak olan doğrudan alıntılar belirlenmiştir. Daha sonra elde edilen bulgular tanımlanmış ve doğrudan alıntılarla desteklenmiştir. Son olarak bulgular okuyucuya sunulmak üzere açıklanmış ve yorumlanmıştır.

BÖLÜM 4

BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde araştırma sorularına ilişkin bulgulara ve elde edilen bulgular ile ilgili yorumlara yer verilmiştir.

Instagram Kullanıcı Hesapları

Elde edilen bulgulara kaynaklık eden ve araştırmanın temel verilerini oluşturan Instagram hesaplarına dair ön bilgilendirme yapmanın faydalı olacağı değerlendirilmiş bu nedenle öncelikli olarak incelenen altı Instagram kullanıcı hesabının tanıtımı yapılmıştır. Kullanıcı hesaplarının tanıtımı yapılırken takma kullanıcı adları kullanılmıştır.

1. Seraphinebelo

Bu Instagram hesabı Seraphine adında bir kız çocuğuna aittir. Hesabın biyografi kısmında çocuğun altı yaşında olduğu bilgisine yer verilmiştir. Bu kısımda ebeveynlerin kullanıcı hesaplarından bahsedilerek hesabın anne ve baba tarafından yönetildiği belirtilmiştir. İncelemenin yapıldığı tarihte bu kullanıcı hesabına ait gönderi sayısı 1.356 ve takipçi sayısı beş milyondur.

Seraphine adına açılan ve ebeveynleri tarafından yönetilen bu hesapta paylaşılan gönderiler video ve fotoğraflardan oluşmaktadır. Gönderilerin birçoğu çeşitli markalarla reklam iş birliği içerisinde ekonomik fayda elde etmeye yöneliktir. Bu reklam amaçlı paylaşımlarda çocuğun yüzü veya sesi gibi kimliğine ait bileşenler kullanılmaktadır. Bazı gönderiler ise kişisel yaşamı diğer kullanıcıların izlenimine sunmaya yönelik paylaşımlardır. Gönderilere eklenen “caption”lar Seraphine adına yazılmaktadır. Fakat hesabın ebeveynler tarafından yönetildiği bilgisi göz önünde bulundurulduğunda ve söz konusu “caption”lar incelendiğinde; yetişkin dili kullanıldığı görülmekte ve dolayısıyla bunların ebeveynlerden birine ait düşünceler olduğu anlaşılmaktadır.

Gönderilerin birkaçında ise ebeveynlerden birinin fotoğrafı paylaşılmış ve onun adına “caption” eklenmiştir. Örneğin bir gönderide annenin gülerken çekilmiş olan bir fotoğrafı paylaşılmış ve “caption” olarak “I love you, my very beautiful Mommy♥♥♥ (Seni seviyorum, benim güzel annem♥♥♥)” yazısı eklenmiştir. Hesabın ebeveynler tarafından yönetildiği göz önünde bulundurulduğunda bu paylaşımların ebeveynler tarafından yapıldığı bilinmektedir. Bu durum ebeveynlerden birinin diğeri hakkında veya yine ebeveynlerden birinin kendisi hakkında çocuğu adına paylaşımlar yaptığını göstermektedir.

2. Taliaandteresa

Bu Instagram hesabı Talia ve Teresa adlı ikiz kız çocuklarına aittir. Hesabın biyografi kısmında çocukların beş yaşında oldukları bilgisi verilmiştir. Her iki ebeveynin de kullanıcı hesaplarına yer verilmiş ve bu hesabın anne ve baba tarafından yönetildiği belirtilmiştir. Ayrıca yine bu kısımda aileye ait Youtube kanalının bağlantısı verilmiş ve “📤Check out our NEW VIDEO👇!!🎥 (📤 YENİ VİDEOMUZA göz atın 👇!!🎥)” yönlendirmesiyle takipçiler bu kanala da davet edilmiştir. Bu kanaldaki Youtube videolarında aile bireylerinin kişisel yaşantıları kullanıcıların izlenimine sunulmaktadır. İncelemenin yapıldığı tarihte bu kullanıcı hesabına ait gönderi sayısı 1.085 ve takipçi sayısı üç milyondur.

Talia ve Teresa adına açılan bu hesapta video ve fotoğraf içerikli gönderiler paylaşılmaktadır. Gönderilerden bazıları çocukların kişisel yaşantısını diğerlerinin izlenimine sunmaya yönelikken bazıları reklam içerikli ve ekonomik fayda elde etmeye yönelik paylaşımlardır. Bazı gönderilerde çocuklar birer yetişkin gibi giyinmekte, konuşmakta, makyaj ve kişisel bakım yapmaktadır. Gönderilere eklenen “caption”lar Talia ve Teresa adına yazılmaktadır. Fakat hesabın ebeveynler tarafından yönetildiği bilgisi göz önünde bulundurulduğunda ve söz konusu “caption”lar incelendiğinde; yetişkin dili kullanıldığı görülmekte ve dolayısıyla bunların ebeveynlerden birine ait düşünceler olduğu anlaşılmaktadır. Paylaşılan gönderilerden birinde çocuklardan birinin bale kıyafetleri ile fotoğrafına yer verilmiş ve “caption” olarak “I love to dance! (Dans etmeyi seviyorum!) yazısı eklenmiştir. Hesabın anne tarafından yönetildiği bilgisi göz önünde bulundurulduğunda gönderiye eklenen bu yazının da anneye ait düşünceler

olduğu; çocuğun dans etmeyi sevip sevmediğine dair görüşüne yer verilmediği anlaşılmaktadır.

3. Miniteddyoung

Bu Instagram hesabı Thorin isimli bir oğlan çocuk adına açılmıştır. Hesabın biyografi kısmında anne ve babanın kullanıcı hesaplarına yer verilmiş ve bu hesabın ebeveynler tarafından yönetildiği belirtilmiştir. Ayrıca çocuğa ait olduğu belirtilen başka bir Instagram hesabı ve Tiktok hesabı kullanıcı adlarına da yer verilmiştir. Biyografi kısmında çocuğun yaşına yer verilmemiştir fakat paylaşılan gönderiler geriye dönük olarak incelendiğinde çocuğun doğum gününe ait paylaşımlar yapıldığı görülmekte ve altı yaşında olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca çocuğa ait Youtube kanalının bağlantı adresine yer verilmiş ve "My new song "Ice Cream" out now! 👇 (Yeni şarkım "Dondurma" çıktı! 👇" yönlendirmesiyle kullanıcılar bu kanala yönlendirilmiştir. Bu kanalda çocuğa ve aileye ait profesyonel şekilde düzenlenmiş içerikler yer almaktadır. İncelemenin yapıldığı tarihte bu kullanıcı hesabına ait gönderi sayısı 441 ve takipçi sayısı bir milyon üç yüz bindir.

Thorin adına açılan bu hesapta fotoğraf ve video içerikleri paylaşılmaktadır. Paylaşılan gönderiler çoğunlukla takipçileri Thorin'in Youtube kanalına yönlendiren içeriklerdir. Bazıları da Thorin'in kişisel yaşantısına ait içeriklerdir. Gönderilere eklenen "caption"lar Thorin adına yazılmaktadır. Fakat hesabın ebeveynler tarafından yönetildiği bilgisi göz önünde bulundurulduğunda ve söz konusu "caption"lar incelendiğinde; yetişkin dili kullanıldığı görülmekte ve dolayısıyla bunların ebeveynlerden birine ait düşünceler olduğu anlaşılmaktadır. Paylaşılan bir gönderide Thorin'in bir fotoğrafına yer verilmiş ve "caption" olarak "Guys this is serious, I need to find a girl friend. Tag someone for me. (Arkadaşlar bu ciddi, bir kız arkadaş bulmam lazım. Benim için birini etiketleyin.)" yazısına yer verilmiştir. Hesabın ebeveynler tarafından yönetildiği göz önünde bulundurulduğunda bu düşüncelerin Thorin'e değil ebeveynlerden birine ait düşünceler olduğu anlaşılmaktadır.

4. Ahsenbersu

Bu Instagram hesabı Ahsen Bersu isimli bir kız çocuğu adına açılmıştır. Hesabın biyografi kısmında annenin adı ve soyadı yer almaktadır. Hesabın anne tarafından yönetildiği belirtilmiş ve annenin kendi Instagram hesabına ait kullanıcı adına yer verilmiştir. Ayrıca annenin e-posta hesabına da yer verilmiştir. Ahsen Bersu'nun yer aldığı bir televizyon dizisinin ismi ve yaşadığı şehir de biyografi kısmında belirtilmiştir. Biyografi kısmında Ahsen Bersu'nun yaşına yer verilmemiştir fakat paylaşılan gönderiler geriye dönük olarak incelendiğinde doğum gününe ait paylaşımlar görülmekte ve beş yaşında olduğu anlaşılmaktadır. İncelemenin yapıldığı tarihte bu hesaptaki gönderi sayısı 2.783 ve takipçi sayısı bir milyondur.

Ahsen Bersu adına açılmış olan bu hesap annesi tarafından kullanılmaktadır. Anne, kendisine ait başka bir hesap olmasına rağmen bu hesabı da kendisine aitmiş gibi kullanmakta ve paylaşımlar yapmaktadır. Ahsen Bersu'nun bebeklik döneminde yer aldığı diziye ait içeriklerle başlayan paylaşımlar fotoğraf ve videolar içeren gönderilerden oluşmaktadır. Gönderilerin önemli bir çoğunluğu çeşitli markalarla iş birliği ile oluşturulan, reklam amaçlı, ekonomik fayda elde etmeye yönelik paylaşımlardır. Anne, bu reklam içerikli paylaşımları kimi zaman kendi sesi veya görüntüsüyle birlikte paylaşırken kimi zaman da Ahsen Bersu'nun sesini veya görüntüsünü kullanarak paylaşmaktadır. Bu paylaşımlarda anne; kendisine, Ahsen Bersu'ya ve bazen de eşine yer vermektedir. Anne, paylaştığı gönderilere ait "caption"ların çoğunu kendi adına yazmaktadır. Annenin kendi fotoğrafını paylaştığı bir gönderide "caption" olarak "Hep Ahsen Bersu olmuş buralar, araya bir ben koyayım dedim, o zaman sohbete bekliyorum" yazısı yer almaktadır. Sadece birkaç gönderide çocuğu adına "caption"lar yazmıştır. Bu gönderiler de çoğunlukla reklam içerikli oldukları görülmüştür.

5. Urasozayli

Bu Instagram kullanıcı hesabı Uras adında bir oğlan çocuğu adına açılmıştır. Hesabın biyografi kısmında hesabın ebeveynleri tarafından yönetildiği bilgisine yer verilmiştir. Ayrıca açıklama olarak "Merhaba ben Uras 👏🧒 Günlük eğlenceli ve eğitici anılarımı sizlerle paylaşıyorum." Yazılarak hesabın tanıtımı yapılmıştır. Bunlara ek olarak bir

bağlantıya yer verilmiştir. Bu bağlantı takipçileri Uras adına açılan bir Youtube kanalına ve bir çevrimiçi(online) alışveriş sitesine yönlendirmektedir. Youtube kanalında çoğunlukla Uras'ın kişisel yaşantısına ait içerikler yer almaktadır. Çevrimiçi alışveriş sitesine ait bağlantıda ise Uras'a, ebeveynleri tarafından alınan oyuncaklar, kitaplar ve kıyafetler yer almaktadır. Bu bağlantıyı ziyaret eden kullanıcılar da bunları ya da benzerlerini çevrimiçi (online) olarak satın alabilmektedir. Biyografi kısmında Uras'ın yaşına yer verilmemiştir fakat paylaşılan gönderiler geriye dönük olarak incelendiğinde doğum tarihine ulaşılabilmekte ve dört yaşında olduğu anlaşılmaktadır. İncelemenin yapıldığı tarihte bu kullanıcı hesabına ait gönderi sayısı 749 ve takipçi sayısı 536 bindir.

Uras adına açılmış olan bu hesapta paylaşılan gönderiler fotoğraf ve videolardan oluşmaktadır. Fotoğraf ve video içeriklerinin tamamında Uras yer almaktadır. Bazılarında ise Uras'ın yanında anne ya da babası yer almaktadır. Bunlar ilk ultrason görüntüsüyle başlayan ve çoğunlukla Uras'ın kişisel yaşantısını içeren paylaşımlardır. Paylaşımlardan birkaçı ise çeşitli markalarla iş birliği yapılarak ekonomik fayda elde etmeye yönelik oluşturulan gönderilerdir. Gönderilere eklenen "caption"lar Uras adına yazılmaktadır. Fakat hesabın ebeveynler tarafından yönetildiği bilgisi göz önünde bulundurulduğunda ve söz konusu "caption"lar incelendiğinde; yetişkin dili kullanıldığı görülmekte ve dolayısıyla bunların ebeveynlere ait düşünceler olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan paylaşımlardan birinde Uras'ın annesiyle fotoğraflarına yer verilmiş ve gönderiye "caption" olarak "🥰İyi ki doğdun, iyi ki benim annemsin, sen, çooook seviyorum annecim İpek 😘😍" yazısı eklenmiştir. Hesabın ebeveynler tarafından yönetildiği bilgisi göz önünde bulundurulduğunda bu düşüncelerin Uras'a değil ebeveynlerden birine ait düşünceler olduğu anlaşılmaktadır.

6. Aylinlilatan

Bu Instagram kullanıcı hesabı Aylin ve Lila adlarında ikiz kız çocukları adına açılmıştır. Hesabın biyografi kısmında yalnızca Youtube kanalına yönlendiren bir bağlantı yer almaktadır. Bu Youtube kanalı çocukların ebeveynlerine aittir ve ailenin günlük yaşamına ait içerikler paylaşılmaktadır. Biyografi kısmında hesabın kim tarafından yönetildiği bilgisi verilmemiştir fakat anne kendisine ait Instagram hesabının biyografi kısmında bu hesabın yönetiminin kendisi tarafından gerçekleştirildiği bilgisini

vermiştir. Ayrıca çocukların yaşı da biyografi kısmında belirtilmemiştir ancak gönderiler geriye dönük olarak incelendiğinde doğum günlerine ait paylaşımlar görülmekte ve üç yaşında oldukları anlaşılmaktadır. İncelemenin yapıldığı tarihte bu hesaba ait gönderi sayısı 99 ve takipçi sayısı 305 bindir.

Aylin ve Lila adına açılmış olan bu kullanıcı hesabının ebeveynleri tarafından yönetildiği görülmektedir. Bu hesaptaki gönderiler Aylin ve Lila'nın kişisel yaşantısını yansıtan fotoğraf ve video içeriklerinden oluşmaktadır. Gönderilere eklenen "caption"lar Aylin ve Lila adına ebeveynler tarafından yazılmaktadır. Bu hesapta ekonomik fayda amaçlı gönderilere rastlanmamıştır.

Birinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Araştırmanın birinci sorusu "Ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışı erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarından hangilerini ihlal etmektedir?*"* olarak belirlenmiştir. Bu bölümde hak temelli yapılan analiz sonucunda "sharenting" davranışının Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararında yer alan haklardan hangilerini ihlal ettiğine/etmediğine ilişkin bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir.

Seraphinebelo hesabına ait 20 adet gönderi incelenmiştir. Bu gönderilerden 16'sı fotoğraf, dördü ise video içerikli gönderilerdir. Fotoğraf gönderilerinden ikisi de çoklu gönderi olarak paylaşılmıştır ve birden fazla fotoğraf içermektedir. İncelenen 20 gönderinin tamamının Yorum Kararında yer *alan "çocuğun yüksek yararı"* ve *"çocuğun görüşlerine saygı"* ilkelerini ihlal ettiği belirlenmiştir. Ayrıca gönderilerinin tamamının *"ifade özgürlüğü", "örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü", "mahremiyet hakkı", "aile ortamı ve alternatif bakım"* haklarını ihlal ettiği görülmüştür. 20 gönderiden 10 tanesi ise 25 sayılı Yorum Kararında yer alan "*yaşama, hayatta kalma, gelişme ilkesi*"ni ihlal etmektedir ve bu 10 gönderi ekonomik fayda elde etmeye yönelik paylaşımlardır.

Taliaandteresa hesabına ait 20 gönderi geriye dönük olarak incelenmiştir. Bu gönderilerden 13'ü fotoğraf, yedisi ise video içerikleridir. İncelenen bu 20 gönderinin tamamının Yorum Kararında yer alan "*çocuğun yüksek yararı*" ve "*çocuğun görüşlerine saygı*" ilkelerini ihlal ettiği görülmüştür. Ayrıca gönderilerinin tamamının "ifade özgürlüğü", "*örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü*", "*mahremiyet hakkı*", "*aile*

ortamı ve alternatif bakım" haklarını ihlal ettiği belirlenmiştir. 20 gönderiden 13'ü ekonomik fayda elde etmek amaçlanarak paylaşılmıştır ve Yorum Kararında "*yer alan yaşama, gelişme, hayatta kalma ilkesi*" açısından ihlal oluşturmaktadır.

Miniteddyoung hesabına ait 20 gönderi incelenmiştir. Bu gönderilerden 19'u fotoğraf, biri videodur. Fotoğraf gönderilerinden bir tanesi çoklu gönderi olarak paylaşılmıştır ve birden fazla fotoğraf içermektedir. İncelenen 20 gönderinin tamamının Yorum Kararında yer alan "*çocuğun yüksek yararı"* ve "*çocuğun görüşlerine saygı"* ilkelerini ihlal ettiği görülmüştür. Ayrıca gönderilerinin tamamının "*ifade özgürlüğü*", "*örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü*", "*mahremiyet hakkı*", "*aile ortamı ve alternatif bakım*" haklarını ihlal ettiği belirlenmiştir. Gönderilerin 17'sinin Yorum Kararında yer alan "*yaşama, hayatta kalma, gelişme ilkesi*" konusunda ihlal oluşturduğu ve bu 17 gönderinin ekonomik fayda elde etmeye yönelik paylaşımlar olduğu görülmüştür.

Ahsenbersu hesabına ait 20 gönderi incelenmiştir. Bu gönderilerden 13'ü fotoğraf, üçü video, dördü ise hem fotoğraf hem video içeren çoklu gönderiler olarak paylaşılmıştır. 13 fotoğraf içeriğinden yedisi de birden fazla fotoğraf içeren çoklu gönderiler olarak paylaşılmıştır. İncelenen 20 gönderinin tamamının Yorum Kararında yer alan "*çocuğun yüksek yararı*" ve "*çocuğun görüşlerine saygı*" ilkelerini ihlal ettiği belirlenmiştir. Ayrıca gönderilerinin tamamının "*ifade özgürlüğü*", "*örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü*", "*mahremiyet hakkı*", "*aile ortamı ve alternatif bakım*" haklarını ihlal ettiği görülmüştür. 20 gönderiden 10 tanesi ise Yorum Kararında yer alan "*yaşama, hayatta kalma, gelişme ilkesi*"ni ihlal etmektedir ve bu 10 gönderi ekonomik fayda elde etmeye yönelik paylaşımlardır.

Urasozayli hesabına ait 20 adet gönderi incelenmiştir. Bu gönderilerden üçü fotoğraf, 17'si ise video içerikleridir. İncelenen gönderilerin tamamının Yorum Kararında yer alan "*çocuğun yüksek yararı"* ve *"çocuğun görüşlerine saygı"* ilkelerini ihlal ettiği görülmüştür. Ayrıca gönderilerin tamamının çocuğun *"ifade özgürlüğü", "örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü", "mahremiyet hakkı", "aile ortamı ve alternatif bakım"* haklarını ihlal ettiği belirlenmiştir. Gönderilerden dördünün çocuğun *"yaşama, hayatta kalma, gelişme ilkesi"*ni ihlal etmektedir ve bu dört gönderinin ekonomik fayda elde etmeye yönelik gönderiler olduğu belirlenmiştir.

Aylinlilatan adlı kullanıcı hesabına ait 20 gönderi incelenmiştir. Bu gönderilerden 17'si fotoğraf, üçü video içerikleridir. Bu 20 gönderinin tamamının Yorum Kararında yer alan "*çocuğun yüksek yararı*", "*çocuğun görüşlerine saygı*" ilkelerini ve "*ifade*

özgürlüğü", "*örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü*", "*mahremiyet hakkı*", "*aile ortamı ve alternatif bakım*" haklarını ihlal ettiği görülmüştür.

Araştırmada incelenen 120 gönderinin tamamında "*çocuğun yüksek yararı*" ilkesinin ihlal edildiği belirlenmiştir. Ebeveynler tarafından yapılan bu paylaşımlarda çocuğun yararı gözetilmemekte; sosyal destek ve etkileşim sağlama, kişisel yaşantıyı diğer kullanıcıların izlenimine sunma, ekonomik fayda elde etme gibi amaçlar gözetilmektedir. "*Çocuğun yüksek yararı*" ilkesinin ihlal edildiğinin söylenebilmesi için tek bir çocuk hakkının ihlal ediliyor olması yeterliyken paylaşılan gönderilerde çocuğun sahip olduğu birçok hak ihlal edilmektedir.

Bazı araştırmacılar "sharenting" davranışının çocuğun büyümesini belgelemek (Lichtenstein, Lauff, Listerman ve Koontz, 2017), ebeveynlerin izole edilmiş hissetmesini önlemek (Jiow, Lim ve Lin, 2016), sosyal destek mekanizması sağlamak (Ouvrein ve Verswijvel, 2019), iyi bir ebeveyn olduğunu hissettirmek (Collett, 2005; Ouvrein ve Verswijvel, 2019) gibi faydaları olduğunu öne sürmektedir. Diğer bazı araştırmacılar ise "sharenting" davranışının çocuğun mahremiyet haklarını ihlal ettiğini (Steinberg, 2017; Blum-Ross ve Livingstone, 2017), çocuğa ait verilerin paylaşılmasının dijital güvenlik riski yarattığı (Steinberg, 2017), çocuğun kullanılması, ekonomik olarak sömürülmesi ve çocuk işçiliği gibi sonuçlar doğurduğunu (Kumar ve Schoenebeck, 2015) belirtmişlerdir. Bu bulgular ışığında genel bir değerlendirme yapıldığında "sharenting" davranışı ile ilgili belirtilen faydaların tamamının ebeveynlere yönelik olduğu; zararların ise çocuklara yönelik olduğu görülmektedir. Fakat "sharenting" davranışının temel aktörü çocuktur. "*Çocuğun yüksek yararı*" ilkesi göz önünde bulundurulduğunda çocukla ilgili olan bu eylemde öncelikle onun yararı gözetilmelidir. Dolayısıyla ebeveynin sağlayacağı fayda, çocuğun zarar görmesi söz konusu olduğunda göz ardı edilmelidir.

İncelenen 120 gönderinin 54'ünün ebeveynler tarafından ekonomik bir fayda gözetilerek paylaşıldığından dolayı çocuğun "*yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı*" ihlal ettiği bulunmuştur. Örneğin "Seraphinebelo" adlı hesapta paylaşılan bir gönderide bir ek gıda markası ile ücretli ortaklık kurulduğu belirtilmiş ve bu gönderide çocuğun keyifli vakit geçirdiği anların fotoğrafı paylaşılmıştır. Gönderinin "caption" kısmında çocuk adına yazılmış olan yazıda ise üç yaşından beri bu markaya ait ek gıdaları kullandığı ve bu gıdalar sayesinde yaşamında birçok başarıya ulaştığı belirtilmiş; diğer kullanıcılar da markaya ait gıdaları edinmeye yönlendirilmiştir. Benzer şekilde "Ahsenbersu" adlı hesapta reklam iş birliği içerisinde bir oyuncak markasına ait tanıtımın yapıldığı bir gönderi paylaşılmıştır. Bu video gönderide çocuğun iki tarafında kutu

oyuncaklar yer almaktadır. Çocuk takipçilerine oyuncakları göstererek "Arkadaşlar bu şahane oyuncaklardan tam beş kişiye hediye ediyorum. Yapmanız gereken …… (marka ismini söylüyor) sayfasını takip etmek ve yorum yazmak." şeklinde seslenmekte ve öpücük göndererek videoyu bitirmektedir. Videoda, kayıt sırasında kaydeden kişinin, muhtemelen annenin yönlendirmeler yaptığı ve videonun bazı kısımlarını keserek gönderiyi paylaşıma hazır hale getirdiği görülmektedir. Aynı gönderide paylaşılan ikinci videoda ise çocuğun oyuncaklarla oynarken kaydedilen görüntüleri yer almaktadır. Bu ve benzeri gönderiler açıkça göstermektedir ki ebeveynler ekonomik fayda sağlamak uğruna çocuklarının görüntüsünden, sesinden, mimiklerinden ve ona ait daha birçok kişisel veriden yararlanabilmektedir.

Yapılan bir çalışmada sosyal medyada popüler olan annelerin hesapları belirlenerek paylaşımları yaklaşık on beş ay boyunca izlenmiştir. Araştırma sonucunda ise "tanınan ve ünlü hale gelen bu annelerin artık maddi çıkar ve gösteriş uğruna çocuklarını sosyal medyada ifşa etmeleri ve bu sebeple çocukların ruhsal ve karakter değişimleri üzerinde yaratığı olumsuz etkilerin yüksek düzeye çıktığı" belirtilmiştir (Dönmez, 2019). ABD'de 90lı yıllarda yaşanan bir olayda ise dünyaca ünlü bir müzik grubunun albüm kapağında çıplak bir bebeğin havuzun içinde ve oltanın ucuna takılan doları yakalamaya çalıştığı bir fotoğraf yer almıştır. Fotoğrafı çeken ebeveynler ücret karşılığında fotoğrafın albüm kapağında yer almasına izin vermiştir. 30 milyondan fazla satan bu albümdeki fotoğraf yayılmaya başlamış ve tişörtlerin, ev eşyalarının üzerinde yer almıştır. Fotoğrafın sahibi olan bebek bugün yetişkin bir birey olmuş ve henüz dört aylıkken çekilen ve yayılan bu fotoğrafla ilgili yasal yollara başvurmuş ve 15 kişiden şikayetçi olmuştur. Ayrıca fotoğraf nedeniyle bugüne kadar "aşırı kalıcı duygusal üzüntü", "gelişim ve eğitim sürecinde aksamalar", "tıbbi ve psikolojik tedavi" gibi büyük hasarlar yaşadığını ifade etmiştir (Rosenberg, 2021).

İncelenen 120 gönderinin tamamının "*çocuğun görüşlerine saygı*" ilkesini ve "*ifade özgürlüğü*" hakkını ihlal ettiği bulunmuştur. Karara göre çocuklar bütün dijital ortamlarda görüş ve düşüncelerini özgürce ifade edebilmelidir. Fakat çocuklar adına açılmış olan Instagram hesaplarının çocukların kendileri tarafından yönetilmediği ve içeriklerin çocuklar tarafından paylaşılmadığı açıkça görülmektedir. Bununla birlikte paylaşılan içeriklerde çocuğun içeriğe dair görüş, düşünce ya da yorumlarına yer verilmemektedir. Gönderilere ait "caption"lar ebeveynler tarafından yazılmaktadır. Bu sebeplerle paylaşılan tüm gönderilerin ihlal oluşturduğu değerlendirilmiştir. Örneğin "Urasozaylı" adlı hesapta paylaşılan bir gönderide çocuk, ayıcığını steteskop ile muayene etmektedir.

Video kaydı sırasında çocuğun "steteskop" kelimesini henüz tam olarak telaffuz edemediğini keşfeden baba defalarca çocuktan "steteskop" demesini istemekte ve çocuk farklı şekillerde bu kelimeyi telaffuz etmeye çalışmaktadır. Çocuğun ilerleyen yaşlarda bu videodan rahatsızlık duyması olasıdır. "Miniteddyoung" adlı hesapta ise çocuğun kalpli balonlar arasında bir fotoğrafı paylaşılmış ve "caption" olarak "I still lookin for my Valentine… any suggestion? (Hala sevgilimi arıyorum…herhangi bir öneri?)" yazısı paylaşılmış çocuğun bir sevgili aradığı izlenimi oluşturulmuştur. Ebeveynler tarafından yapılan bu paylaşımlarda çocukların görüşlerine yer verilmemiştir. Sarkadi, Dahlbertg, Fanström ve Warner (2020) ebeveynlerin "sharenting" davranışı hakkında 4-15 yaş arası 68 çocukla yaptıkları görüşmeler sonucunda çocukların bu davranış ile ilgili çoğunlukla olumsuz görüşler bildirdiğini belirtmişlerdir. Bu araştırmanın sonuçlarına göre çocuklar en çok görüntülerinin ebeveynleri tarafından izinsiz bir şekilde sosyal medyada paylaşılmasından; en az ise akraba çevresi ile paylaşılmasından rahatsız olmaktadır. Ayrıca bütün yaş gruplarındaki çocuklar ebeveynlerinin fotoğraflarını çekmeden ve paylaşmadan önce kendilerinden izin almalarını istediklerini belirtmiştir.

İncelenen 120 gönderinin tamamının çocuğun "*örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü*" hakkını ihlal ettiği bulunmuştur. Kararda çocuğun çeşitli amaçlarla tercih ettiği dijital platformlara katılım hakkından bahsedilmektedir. Fakat incelenen hesapların tamamı ebeveynler tarafından çocukların ismiyle oluşturularak ebeveynler tarafından yönetilmektedir. Öztürk (2017) yaptığı araştırmada ebeveynler çocuklarının adıyla açtıkları bu hesaplar için "ileride tam adlarıyla almaları zorlaşır, aralara tireler, noktalar, rakamlar girmesin, gelecekte bu hesaplar gerekli olur" şeklinde, yaptıkları işi meşrulaştırmaya yönelik açıklamalarda bulunduklarını belirtmiştir. Cino ve Wartella (2020) ise 300 Amerikalı ebeveyn ile yaptıkları anket çalışması sonucunda ebeveynlerin önemli bir çoğunluğunun çocuklarının dijital kimliğini oluşturma hakkına sahip olduklarını düşündüklerini bildirmişlerdir. Fakat çocuklar ilerideki yaşantılarında herhangi bir dijital platformda yer alma ya da almama, kullanıcı adı belirlerken gerçek ad kullanma ya da kullanmama dolayısıyla kendi dijital ayak izlerini oluşturma hakkına sahiptir (Case of Reklos and Davourlis v. Greece, 2009). Ebeveynlerin çocuklar adına bir kullanıcı hesabı oluşturarak bu hesabı kullanıyor olmaları onların kendi tercih edecekleri şekilde dijital platformlara katılım sağlama haklarının önüne geçmektedir.

İncelenen 120 gönderinin tamamının çocuğun "*mahremiyet hakkı*"nı ihlal ettiği bulunmuştur. Kararda çocukların kendileri veya aileleri aracılığıyla dijital ortamda çocuk hakkında paylaşılan herhangi bir bilginin onun mahremiyetine yönelik bir tehdit olduğu

belirtilmiştir. Çünkü bu durum çocuğu kişisel verilerinin işlenmesi, profilinin çıkartılması, kimlik hırsızlığı gibi çeşitli risklerle karşı karşıya getirmektedir. İncelenen gönderilerde çocukların isimleri, görüntüleri, sesleri, konumları, aile bireylerine ait bilgiler paylaşılmıştır. "Urasozayli" adlı hesapta paylaşılan "Uras ve Ev Halleri 2" başlıklı bir gönderide Uras'ın geçirdiği bir tam gün video kesitleri halinde paylaşılmıştır. Yaklaşık dokuz dakikalık bu paylaşıma erişebilen üçüncü kişiler Uras'ın görüntüsü, sesi, jest ve mimikleri, evinin bölümleri, ev içi aktiviteleri, ebeveynleriyle olan ilişkileri gibi çeşitli konularda bilgi sahibi olabilmektedir. Çocuğa ait bu verilerin dijital medyada yer alıyor olması bugün çocuk ya da ebeveyn için görünürde bir sorun teşkil etmiyor olsa ilerde beklenmedik sorunlar yaşanması ihtimali oldukça yüksektir (Erişir ve Erişir, 2018; Blum-Ross ve Livingstone, 2017; Keith ve Steinberg, 2017).

Öztürk (2017) çocukların kişilik haklarını konu alan araştırması kapsamında bir avukat ile yaptığı görüşmeden şunları aktarmaktadır:

> *"Çocukların özellikle hastanedeyken fotoğraflarının çekilip paylaşılması ileride çocuklar için akla gelemeyecek ya da düşünülemeyecek çok farklı ortamlara gidebilmektedir. Örneğin Amerika'da bir kişi hayat sigortası yaptırmak istediğinde, çocukluğunda paylaşılmış olan hastanede çekilmiş fotoğrafları ve sürekli rahatsızlandığına ilişkin paylaşımlarından dolayı sigorta şirketinin 'siz çok sık rahatsızlanıyorsunuz, ne zaman öleceğiniz belli olmaz, biz sizin hayat sigortanızı yapmıyoruz' şeklindeki cevap almıştır."*

Bu olayda muhtemelen kötü niyetli olmayan bu ebeveyn davranışı çocuğun sahip olduğu "sağlık ve refah" hakkını ihlal etmiştir. Söz konusu ihlal, davranışın yapıldığı tarihi değil çocuğun gelecekteki yaşantısını etkilemiştir. Bu olay "sharenting" davranışının öngörülemeyecek sonuçlarından yalnızca birisidir.

Desimpelaere, Hudders ve Van de Sompek (2020) yaptıkları bir çalışmada ise ebeveynlerle yaptıkları görüşmelerde, onların çocuklarının dijital ortamlardaki mahremiyetini önemsedikleri fakat bu ortamda çocuklarını nelerden ve nasıl korumaları gerektiği konusunda bilgi sahibi olmadıkları sonucuna varmıştır. Başka bir araştırmada ise ebeveynler çocuklarının mahremiyeti ile ilgili endişeleri olduğunu fakat mahremiyeti korumak adına bir eylemde bulunmadıklarını belirtmişlerdir (Cino ve Wartella, 2020). Endonezya'da ebeveynlerle yapılan bir görüşmede ise bir anne dini nedenlerden dolayı çocuğunun görüntülerini sosyal medyada paylaşmayı uygun bulmadığını bildirmiştir (Putri, Harkan, Khairunnisa, Nurintan ve Ahdiyat, 2019).

İncelenen 120 gönderinin tamamının çocuğun "*aile ortamı ve alternatif bakım*" hakkını ihlal ettiği bulunmuştur. Kararda çocukların ebeveynler veya bakım verenler tarafından dijital ortamda görebilecekleri zararlara karşı korunması gerekliliğinden bahsedilmiştir. Fakat ne yazık ki ebeveynler tarafından yapılan bu paylaşımlarda çocuk korunmamakta aksine çocuğa ait haklar ebeveynler tarafından ihlal edilmektedir. Hatta bazı paylaşımlarda ebeveynler, diğer başka ebeveynleri de bu davranışa ve dolayısıyla bilinçli veya bilinçsiz olarak başka çocukların da haklarının ihlal edilmesine yönlendirebilmektedir. Örneğin; "Ahsenbersu" adlı hesapta ekonomik fayda gözetilerek paylaşılan bir gönderinin "caption" kısmına ebeveyn tarafından "Çocuğunuz gelecek hakkında ne söylemek istediğini bir video kaydedin ve TV'de gösterilme şansı yakalayın." yazılmış ve diğer ebeveynler de çeşitli medya ortamlarında görüntülenecek paylaşımlar yapmaya teşvik edilmiştir.

Yapılan bir çalışmada çocuklarının fotoğraflarını ve videolarını sosyal medyada paylaşan ebeveynler; bu durumun çocuklar için bir sorun teşkil etmeyeceği, paylaşımları kimlerin göreceğini kontrol edebilecekleri veya çocukların görebileceği zararın önemsiz olduğu görüşlerini paylaşmışlardır (Öztürk, 2017). Dijital dünyanın sınırlandırılamayan doğası göz önünde bulundurulduğunda bu görüşlerin sınırlı düşünce sistemlerinin ürünü olduğu anlaşılmaktadır. Başka bir çalışmada kendilerini "….anne" şeklinde kendilerini annelikleri üzerinden tanımlayan Instagram hesapları üç ay süreyle izlenmiş ve bu hesapların takipçi sayısı arttıkça çocuklarıyla ilgili içeriklerin sayısının da arttığı bulunmuştur. Dolayısıyla annelerin paylaşımlar yaparken çocuklarının yararını değil takipçilerinin ilgi ve beklentilerini göz önünde bulundurduğu sonucuna varılmıştır (Duygulu, 2017).

İncelenen 120 Instagram gönderisinde "ayrımcılık yapmama" ilkesi ve "bilgiye erişim", "düşünce, vicdan ve din özgürlüğü", "doğum kaydı ve kimlik hakkı", "çocuğa yönelik şiddet", "engelli çocuklar", "sağlık ve refah", "eğitim hakkı", "kültür, eğlence ve oyun hakkı"nın ihlal edildiğine dair bir bulguya rastlanmamıştır.

İncelenen gönderilerden elde edilen bulgulara göre bu gönderilerin %45'i doğrudan markalarla reklam iş birliği içerisinde olduğu belirtilerek ekonomik fayda elde etmek amacıyla paylaşılmıştır. Bunun dışındaki gönderilerin önemli bir çoğunluğu da çocuğun popülaritesini arttırmak, kullanıcıları çocuk adına diğer sosyal medya platformlarında açılan hesaplara yönlendirmek gibi çeşitli şekillerde dolaylı olarak ekonomik fayda sağlamaya yönelik olarak paylaşılmıştır. Dolayısıyla diyebiliriz ki ebeveynlerin "sharenting" davranışı gösterirken en önemli motivasyonlarından biri ekonomik fayda

sağlamaktır. Yorum Kararına göre çocuğun kendisi veya bir başkası aracılığıyla çocuk hakkında içerikler paylaşılarak ekonomik fayda elde edilmesi çocuğu ekonomik bir aktör haline getirmektedir. Bu durum da çocuğu ekonomik sömürüye açık hale getirmektedir.

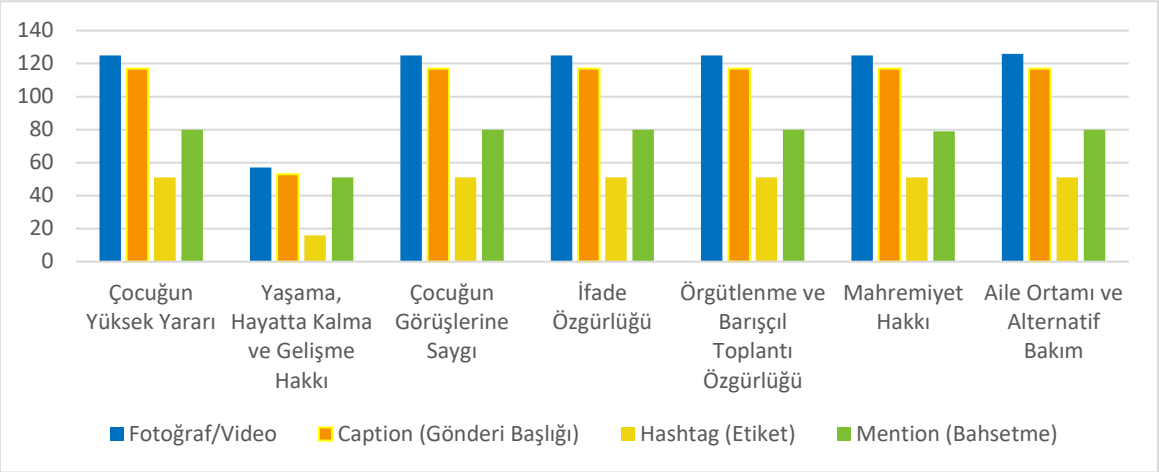
Leaver'ın (2020) çalışmasında aktardığına göre sosyal medyada popüler olan ve hakkında yapılan paylaşımlarla ebeveynlerinin ekonomik fayda elde etmesini sağlayan bir çocuk ebeveynlerine artık kendi fotoğraf ve videolarının paylaşılmasını istemediğini söylemiştir. Ebeveynler ise sağladıkları ekonomik faydanın büyüklüğü nedeniyle çocuğun bu isteğini göz ardı etmişlerdir. Daha sonra çocuk bu duruma tepki göstermiş ve sürekli kameralardan kaçmış ya da yüzünü saklamıştır. Dolayısıyla ebeveynlerin paylaşımlardan sağladığı gelir azalmıştır. Ayrıca çocuk yaptığı bu davranışla takipçilerinin dikkatini çekmiş ve onlardan destek görmüştür. Takipçiler aynı zamanda ebeveynlerden çocuğun isteklerine ve mahremiyetine saygı göstermelerini istemişlerdir. Bu durum "sharenting" davranışının gelebileceği boyutları gözler önüne sermektedir. Çocuğun isteğini açıkça belirttiği durumda bile bu davranışı sürdüren ebeveynler açıkça ekonomik faydayı çocuğun isteklerine ve mahremiyetine tercih etmişlerdir. Bu noktada ebeveynlerin "sharenting" davranışının çocuğu ekonomik sömürüye sürükleyecek boyutlara ulaşabileceğini ve yasaların çocuğu ebeveynlerine karşı dahi koruması gerektiğini söylemek doğru olacaktır.

İkinci Araştırma Sorusuna Yönelik Bulgular ve Yorumlar

Araştırmanın ikinci sorusu "Ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışı erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarını ne şekilde ihlal etmektedir?" olarak belirlenmiştir. Bu bölümde yapılan analiz sonucunda "sharenting" davranışının BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararında yer alan hakları ne şekilde ihlal ettiğine ilişkin bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir.

Tablo 1

Çocuk Hakları ne şekilde ihlal edilmiştir?



İncelenen 120 gönderide ebeveynlerin "sharenting" davranışı "*çocuğun yüksek yararı*", "*yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı*", "*çocuğun görüşlerine saygı*" ilkelerini ve "*ifade özgürlüğü*", "*örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü*", "*mahremiyet hakkı*" ile "*aile ortamı ve alternatif bakım*" haklarını ihlal etmektedir. Elde edilen bulgular paylaşılan bir gönderinin çocuğun sahip olduğu haklardan yalnızca birini değil, aynı anda birçok hakkı ihlal ettiğini göstermektedir.

Tablo 1'e göre bu hakların tamamı en çok "görüntü" yani fotoğraf ve video paylaşımları aracılığıyla daha sonra ise sırasıyla "caption", "mention", "hashtag" aracılığıyla ihlal edilmektedir. Bunun nedeni Instagram platformunun "görüntü" temelinde şekilleniyor olmasıdır. Yani kullanıcı yalnızca "görüntü" paylaşabilir ve buna "caption", "mention" ya da "hashtag"lerden tercih ettiğini ekleyebilir fakat "görüntü" dışındaki herhangi bir bileşeni tek başına paylaşamaz. Bu nedenle gönderilerin içeriğinde en çok "görüntü" yer almaktadır ve dolayısıyla en çok hak ihlalini de "görüntü"ler oluşturmaktadır. Yapılan benzer bir çalışmada ebeveynler fotoğraf veya video paylaşmanın yazı yazmaktan daha kolay olduğunu düşündüklerini ve bu yüzden görüntü paylaşmayı tercih ettiklerini bildirmişlerdir (Putri, Harkan, Khairunnisa, Nurintan ve Ahdiyat, 2019).

Yapılan başka bir araştırmada takipçi sayısı 500.000'in üzerinde olan 6-9 yaşları arasındaki çocuklar adına açılmış olan altı hesaba ait gönderiler incelenmiş ve elde edilen veriler kodlanmıştır. Buna göre görüntü içeriklerinde öne çıkan ilk beş kod yüksek kurgu, ürün yerleştirme, diz çökme, makyaj ve meydan okumalar şeklindedir. Gönderilere ait metinlerde öne çıkan ilk beş kod ise marka, tanıtım, görünüm, harekete geçirici mesaj ve

kendini tanıtmadır. Bu çalışmada çocukların belirtilen yöntemlerle ticarileştirildiği ve istismar edildiği sonucuna varılmıştır (Siegel, Dorie ve Loranger, 2020).

İncelenen 120 gönderinin tamamında "*çocuğun yüksek yararı"* ilkesi en çok görüntü (fotoğraf ve video) paylaşımları aracılığıyla ihlal edilmiştir. Daha sonra sırasıyla "caption", "mention" ve "hashtag" aracılığıyla ihlal edilmiştir. "*Çocuğun yüksek yararı*" ilkesinin ihlal edildiğini söylemek için ona ait yalnızca bir hakkın ihlal ediliyor olması yeterlidir. Fakat ebeveynler çocuğa ait görüntüleri paylaşarak mahremiyeti, onun adına "caption", "mention" ve "hashtag" yazarak ifade özgürlüğü gibi sahip olduğu birçok hakla ilgili ihlal oluşturmaktadır. Örneğin "Ahsenbersu" isimli hesaba ait bir gönderide çocuğun mayo ve kolluklarla havuz kenarında yer aldığı fotoğraf ve videolar paylaşılarak, görüntüler aracılığıyla "*mahremiyet hakk*ı" ihlal edilmiştir. Aynı gönderiye "Herkese mutlu akşamlar. Artık yavaş yavaş yüzme mevsimi geldiğine göre, size yüzerken çocuklarınızın güvenliği açısından çok önemli, şahane bir ürün tavsiyesinde bulunmak istiyorum" şeklinde "caption" eklenmiş ve devamında ürünün markasıyla birlikte tanıtımı yapılmıştır. Bu "caption" anne adına ve çocuğun duygu ve düşüncelerine yer verilmeden eklenmiştir. Dolayısıyla çocuk adına açılan bu kullanıcı hesabında anne kendi adına paylaşımlar yaparak "*çocuğun görüşlerine saygı*" ilkesini ve "*ifade özgürlüğü*"nü ihlal etmektedir. Gönderi çocuklar için yüzme ürünleri üreten bir marka ile reklam iş birliği içerisinde paylaşılmıştır. Bu marka gönderide "mention" ve "hashtag" kullanılarak belirtilmiştir. Görüntülerde çocuk markaya ait kollukları takarak havuz kenarında vakit geçirmektedir. Dolayısıyla çocuk ekonomik fayda gözetilerek gelir elde etmek üzere yapılan bu paylaşıma alet edilmiştir ve "mention" ve "hashtag"ler aracılığıyla "*yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı*" ilkesi ihlal edilmiştir.

İncelenen 120 gönderinin 54'ünde "*yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı"* ilkesi en çok görüntü (fotoğraf ve video) paylaşımları aracılığıyla ihlal edilmiştir. Daha sonra sırasıyla "caption", "mention" ve "hashtag" aracılığıyla ihlal edilmiştir. Gönderilerde paylaşılan görüntülerde çeşitli markalarla reklam iş birliği yapılarak ve çocukların bu markalara ait ürünleri kullanırken çekilen görüntüleri paylaşılarak "görüntü" aracılığıyla "*yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı*" ilkesi ihlal edilmektedir. Ayrıca bu gönderilere marka tanıtımı amacıyla "caption", "mention" ve "hashtag" eklenerek bu ihlale devam edilmektedir. Örneğin "Urasozaylı" adlı hesapta bir gıda markası ile reklam iş birliği yapılarak hazırlanan bir gönderi paylaşılmıştır. Gönderide çocuk bu markaya ait önlüğü giymiş ve o markaya ait bir yemeğin tarifini vermektedir. Ayrıca gönderiye eklenen "caption" ile marka tanıtılmış, "mention" ve "hashtag" ile de markanın ismine yer

verilmiştir. "*Yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı*" ilkesi ile ilgili ihlaller diğerlerine göre belirgin şekilde azdır. Çünkü Yorum Kararı kapsamında bu hak temelinde yalnızca direkt olarak ekonomik sömürünün yer aldığı paylaşımlar değerlendirilmiştir. Dolaylı olarak sömürüye neden olan gönderiler Yorum Kararı göz önünde bulundurularak değerlendirmeye alınmamıştır.

İncelenen 120 gönderinin tamamında "*çocuğun görüşlerine saygı"* ilkesi *"ifade özgürlüğü"* hakkı en çok görüntü (fotoğraf ve video) paylaşımları aracılığıyla ihlal edilmiştir. Daha sonra sırasıyla "caption", "mention" ve "hashtag" aracılığıyla ihlal edilmiştir. Paylaşılan görüntülerin hiçbirinde çocuğun görüntünün kaydedilmesi ya da paylaşılmasına ilişkin görüşüne yer verilmemiştir. Örneğin "aylinlilatan" adlı hesapta paylaşılan bir görüntüde ikiz çocuklardan birinin öfkeli olduğu anlaşılan bir şekilde bağırırken fotoğrafı yer almaktadır. Söz konusu gönderide çocuğun bu fotoğrafın çekilmesi ya da paylaşılmasına ilişkin bir görüşü yer almamaktadır. Çocuk açısından düşünüldüğünde fotoğrafın çekildiği sırada öfkeli olduğu, belki de çekilmesini istemediği dolayısıyla çekilmesini istemediği bir fotoğrafın sosyal medyada da paylaşılmasını istemeyeceği akla gelmektedir. Bu nedenle "görüntü" aracılığıyla "*çocuğun görüşlerine saygı*" ilkesi ve "*ifade özgürlüğü*" hakkı ihlal edilmektedir. Benzer şekilde gönderilere eklenen "caption", "mention" ve "hashtag"lerde de çocuğun görüşlerine yer verilmemiş. Çocuğun bir görüşünün olup olmadığı dahi belirtilmeyen bu gönderilerde "caption", "mention" ve "hashtag" aracılığıyla bu hak ihlalleri sürdürülmüştür.

İncelenen 120 gönderinin tamamında "*örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü"* hakkı en çok görüntü (fotoğraf ve video) paylaşımları aracılığıyla ihlal edilmiştir. Daha sonra sırasıyla "caption", "mention" ve "hashtag" aracılığıyla ihlal edilmiştir. İncelenen gönderilerin ait olduğu kullanıcı hesaplarının tamamında çocuğa ait bir hesap açılması ve bu hesapta onun "görüntü"lerini içeren gönderiler paylaşılması, gönderilere onun adına "caption", "mention" ve "hashtag"ler eklenmesi çocuğun katılım hakkının önüne geçmektedir. Çocuğun kendi adını, görüntüsünü, yorumlarını paylaşma; markalarla reklam iş birliği yapma veya sosyal medyada herhangi bir eylemde bulunup bulunmama hakkı tamamen kendisine aittir (Case of Reklos and Davourlis v. Greece, 2009). Fakat ebeveynler çocuk adına paylaştıkları bu içerikler aracılığıyla çocuğun "*örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü"* hakkını ihlal etmektedir.

İncelenen 120 gönderinin tamamında "*mahremiyet hakkı*" en çok görüntü (fotoğraf ve video) paylaşımları aracılığıyla ihlal edilmiştir. Daha sonra sırasıyla "caption", "mention" ve "hashtag" aracılığıyla ihlal edilmiştir. Gönderilerde çocukların fiziksel

görüntüsü, sesi, mimikleri ve diğer birçok kişisel verisi paylaşılarak "görüntü" aracılığıyla ihlal oluşturulmuştur. Örneğin "urasozayli" adlı kullanıcı hesabına ait bir gönderide çocuğun yaklaşık iki yıl önce çekilen bir videosu ve aynı videonun güncel versiyonu paylaşılmıştır. Paylaşılan bu gönderi aracılığıyla çocuğun oldukça bireysel ve özel olan "gelişim süreci" dahi takipçilerin beğenisine sunularak "*mahremiyet hakkı*" ihlal edilmiştir. "Caption" ve "hashtag" aracılığıyla çocuğun adı, yaşı gibi veriler yazılı olarak paylaşılarak bir ihlal oluşturulmuştur. Örneğin "ahsenbersu" isimli hesaba ait gönderilerin tamamında çocuğun adı ve yaşı standart olarak yer almıştır. "Mention" aracılığıyla ise çocuğun verilerinin reklam iş birliği için kullanımı yoluyla ihlal oluşturulmuştur.

BÖLÜM 4

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmanın bulgularından elde edilen sonuçlara ve bu sonuçlar doğrultusunda önerilere yer verilmiştir.

Sonuçlar

Bu araştırmanın amacı; ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışının erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarını ihlal edip etmediğini belirlemektir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar şöyledir:

- Ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışı, erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen "çocuğun yüksek yararı", "yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı", "çocuğun görüşlerine saygı" ilkelerini ve "ifade özgürlüğü", "örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü", "mahremiyet hakkı", "aile ortamı ve alternatif bakım" haklarını ihlal ettiği görülmektedir.
- Ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışı, erken çocukluk dönemindeki çocukların; Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarını en çok çocuğun görüntülerinin paylaşılması yoluyla daha sonra sırasıyla gönderilere eklenen "caption", "mention" ve "hashtag"ler yoluyla ihlal ettiği görülmektedir.
- Ebeveynlerin Instagram paylaşımlarının %45'inde çeşitli markalarla reklam iş birliği yapılmış ve ekonomik fayda elde etmek amacıyla çocuk kullanılmıştır.

- Ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışı, erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen "ayrımcılık yapmama" ilkesi ve "bilgiye erişim", "düşünce, vicdan ve din özgürlüğü", "doğum kaydı ve kimlik hakkı", "çocuklara yönelik şiddet", "engelli çocuklar", "sağlık ve refah", "eğitim hakkı", "kültür, eğlence ve oyun hakkı" haklarını ihlal etmediği belirlenmiştir.

Öneriler

Bu çalışmada ebeveynlerin Instagram paylaşımlarıyla ortaya çıkan "sharenting" davranışının erken çocukluk dönemindeki çocukların Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin dijital dünyaya uyarlaması olan 25 sayılı Yorum Kararı ile temin edilen haklarından bazılarını ihlal ettiği belirlenmiştir. İnsan hayatındaki yeri ve önemi kontrolsüz bir şekilde artan sosyal medyada çocuğu ve sahip olduğu hakları korumak gün geçtikçe daha önemli hale gelmektedir. Bu doğrultuda çocukları korumak ve olası zararların önüne geçmek adına, çalışma; araştırmacılar, ebeveynler ve ilgili devlet kurumlarına bazı bilgiler sağlamaktadır.

Ebeveynlere Öneriler

- Ebeveynlere, sosyal medyada herhangi bir platformda yer almak, aktif olmak ya da bu şekilde gelir elde etmek isterlerse bunu kendi adlarına açacakları bir kullanıcı hesabı üzerinden, kendi verilerini kullanarak, kendi rızaları doğrultusunda yapmaları önerilmektedir.
- Ebeveynlere, çocuklarına kendi dijital ayak izlerini oluşturacak bir alan bırakmaları önerilmektedir
- Ebeveynlere, çocukla ilgili gerçekleştirecekleri bütün eylemlerde öncelikli olarak onun yararını gözetmeleri önerilmektedir. Çocuk hakkında herhangi bir ortamda herhangi bir paylaşımda bulunurlarken bunun sonuçlarını gözeterek hareket etmeleri önerilmektedir.

- Ebeveynlere, sosyal medyada çocukları hakkında paylaşım yaparken gelecekte çocuğu temsil edecek bu verilere sağduyulu yaklaşmaları, çocuğun mahremiyetinin bazı faydalar uğruna feda edilecek kadar önemsiz olmadığını hatırlamaları önerilmektedir.
- Son olarak ebeveynlere çocukları kendi haklarını koruyamayacak yaşta iken onların haklarının koruyucusu olmaları önerilmektedir.

Araştırmacılara Öneriler

- Erken çocukluk dönemindeki çocuklar adına açılan hesaplar üzerinden yürütülen bu çalışmanın bir benzeri boylamsal olarak sürdürülebilir. Böylece uzun vadede bu paylaşımların çocukların hayatına olan etkileri ve çocukların gelecekte bu paylaşımlar hakkında neler düşüneceği tespit edilebilir.
- Ebeveynlerin sosyal medya paylaşımlarında ekonomik faydanın nasıl motivasyon kaynağı olduğunu keşfetmek üzere, gelir elde etmeye yönelik paylaşımlar yapan ve yapmayan benzer kullanıcı hesapları nitelik ve nicelik açısından karşılaştırılabilir.
- Bu çalışmaya Instagram hikayeleri dahil edilmemiştir. Günümüzde bu hikayeler yaygın olarak kullanılmaktadır. Kullanıcılar bu hikayelerde fotoğraf, video, yazı gibi içerikler paylaşabilecekleri gibi hikayelere eklenebilen bağlantılar yoluyla takipçilerini çeşitli alışveriş sitelerine yönlendirerek ekonomik fayda elde edebilmektedir. Bu süreci takip edebilmek için yine çocuklar adına açılmış olan kullanıcı hesapları belirlenerek belirli bir süre izlenebilir.

İlgili Kurumlara Öneriler

- İlk olarak Birleşmiş Milletler tarafından yayımlanan 25 Sayılı Yorum Kararı'nın ilgili uzmanlar ve kurumlar tarafından en hızlı şekilde Türkçe diline tercüme edilmesi önem arz etmektedir.

- Çocuk koruma politikaları geliştirmekte görevli olan kurum ve kuruluşlar çocuğun dijital ortamlarda korunmasını da bu kapsama dahil edebilir.
- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı gibi kurumlar ebeveynlerin bu konuda bilgilendirilmesini ve onlara rehberlik edilmesini sağlayabilir.

KAYNAKLAR

Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması.* Ankara: Efil Yayınevi.

Akdi, M. (2016). Ana-Babanın Çocuğun Fotoğraf ve Görüntülerinin Sosyal Medyada Yayınlanmasından Doğan Sorumluluğu. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, 22*(3), 123-144. Erişim adresi: https://app.trdizin.gov.tr/makale/TWpRNU1Ua3lNZz09

Akıncı Vural, B. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University, 20*(5), 3348-3382. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/jyasar/issue/19132/203023

Akpınar, B. S., Paylan, N., Etlik, Ş., Erus, B. ve Karakoç, H. (2020). "Sharenting" Konusunda Ebeveynlerin Farkındalık Düzeyleri. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 2(2), 8-18. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/jgehes/issue/56493/685518

Akyüz, E. (2020). *Çocuk Hukuku* (7. b.). Ankara: Pegem Akademi.

Ammari, T., Kumar, P., Lampe, C. & Schoenebeck, S. (2015). Managing children's online identities: How parents decide what to disclose about their children online. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (DHI'15)* (s. 1895-1904). New York: ACM Press. doi: 10.1145/2702123.2702325

Anderson, P. (2007). What is web 2.0? Ideas, technologies and implications for education. *JISC Technology & Standards Watch*, 1-64. doi:10.4236/ib.2012.43028

Archer, C. & Kao, K.-T. (2018). Mother, baby and Facebook makes three: Does social media provide social support for new mothers? *Media International Australia, 168*(1), 122-139. doi:10.1177/1329878X18783016

Arslan, Ö. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Instagram Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Arel Üniver*sitesi İletişim Çalışmaları Dergisi, 6(13), 41-65. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/isauicder/issue/47264/595558

Aslan, S. ve Durmuş, E. (2020). Okul Öncesi Dönemde Güncel Bir Ebeveyn Davranışı: Sharenting. *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi, 4*(1), 135-151. doi:10.24130/eccd-jecs.1967202041185

Aytekin, Ç. (2011). Wiki Uygulamalarına İletişimsel Yaklaşım ile Bir Model Önerisi. *Online Academic Journal of Information Technology, 2*(5), 7-17. doi:10.5824/1309-1581.2011.4.001.x

Bal, E. ve Delal, Ö. (2019). Siyasal Bilgilenmede Twitter Kullanımı Üzerine Panoramik Bir Değerlendirme. *Social Sciences, 14*(3), 118-132. doi:10.12739/NWSA.2019.14.

Barnes, N. (2007). Using podcast to promote government documents collections. *Library Hi Tech, 25*(2), 220-230. doi: 10.1108/07378830710754983

Berg, B. L. ve Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (8 b.). (H. Aydın, Çev.) Konya: Eğitim Yayınevi.

Bessant, C. (2018). Sharenting: Balancing the conflicting rights of parents. *Communications Law, 23*(1), 7-24. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/325594690_Sharenting_Balancing_the_conflicting_rights_of_parents_and_children/references.

Bickart, B. & Schindler, R. M. (2001). Internet forums as influential sources of consumer information. *Journal of Interactive Marketing, 15*(3), 31-40. doi:10.1002/dir.1014

Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları.* Ankara: Dipnot.

Blum-Ross, A. & Livingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication, 15*(2), 110-125. doi:10.1080/15405702.2016.1223300

Boyd, D. & Ellison, N. (2008). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*, 210-230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Boyd, D., Hargittai, E., Schultz, J. & Palfrey, J. (2011, 7 November). Why parents help their children lie to Facebook about age: Unintented consequences of the 'Children's Online Privacy Protection Act.'. *First Monday.* Retrieved from https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3850/3075.

Brosch, A. (2016). When child is born into the internet: Sharenting as a agrowing trend among parents on Facebook. *The New Educational Review, 43*(1), 225-235. doi:10.15804/tner.2016.43.1.19

Buran, A. (2015). Nitel Araştırmada Veri Toplama. F. N. Seggie ve Y. Bayyurt (Dü) içinde, *Nitel Araştırma* (s. 34-58). Ankara: Anı Yayıncılık.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (2 b.). Ankara: Pegem Akademi.

Büyükşener, E. (2009). Türkiye'de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. *XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı.* İstanbul: Bilgi Üniversitesi.

C.S. Mott Children's Hospital National Poll on Children's Health. (2015). *Parents on Social Media: Likes and Dislikes of Sharenting.* Michigan: C.D. Mott Children's Hospital. Retrieved from https://mottpoll.org/reports-surveys/parents-social-media-likes-and-dislikes-sharenting.

Cardoso, G. (2006). *The Media in The Network Society, Browsing, News, Filters and Citizenship.* Lizbon: Cies Press.

Case of Reklos and Davourlis v. Greece, 1234/05 (European Court Of Human Rights 01 15, 2009). Erişim adresi: https://hudoc.echr.coe.int/tur#{%22itemid%22:[%22001-90617%22]}.

Cevher, R. ve Ustakara, F. (2019). Kullanımlar ve Doyumlar teorisi Bağlamında Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Social Humanities and Administrative Sciences, 5*(19), 812-831. doi: 10.31589/JOSHAS.166

Chazan, D. (2020, 28 August). French parents 'could be jailed' for posting children's photos online. *The Telegraph*. Retrieved from https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/france/12179584/French-parents-could-be-jailed-for-posting-childrens-photos-online.html.

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. doi: 10.1080/10646175.2017.1327380

Cino, D. & Wartella, E. (2020). 'Governing' sharenting: Parents' privacy concerns and the governance of children's social media presence. *The 21st Annual Conference of the Association of Internet Research.*doi: 10.1080/10570314.2021.2020891

Collett, J. L. (2005). What kind of mother am I? Impression management and the social construction of motherhood. *Symbolic Interaction, 28*(3), 327-347. doi:10.1525/si.2005.28.3.327

Collins Dictionary. (2021, 07 May). Collins Dictionary: Retrieved from https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/sharenting.

Constantinides, E. & Fountain, S. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 9*(3), 231-244. doi: 10.1057/palgrave.dddmp.4350098

Creswell, J. W. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşıma Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. Ankara: Siyasal kitabevi.

Çimke, S., Yıldırım Gürkan, D. ve Polat, S. (2018). Sosyal Medyada Çocuk Hakları İhlali: Sharenting. *Güncel Pediatri, 16*(2), 261-267. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/348729513_Sosyal_Medyada_Cocuk_Hakki_Ihlali_Sharenting_Child_Rights_Neglect_in_Social_Media_Sharenting

Damkjaer, M. S. (2018). Sharenting=good parenting? Four approaches to sharenting on Facebook. *Digital Parenting, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media at NORDICOM*, 209-218. Retrieved from https://nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/19_damkjaer.pdf.

Denzin, N. K. ve Lincoln, Y. S. (1998). *The Landscape of Qualitative Research: Theories and Issues.* London: Sage.

Desimpelaere, L., Hudders, L. & Van de Sompel, D. (2020). Children's and parents' perception of online commercial data practices: A qualitative study. *Media and Communication, 8*(4), 163-174. doi: 10.17645/mac.v8i4.322

Dijk, V. J. (2006). *The Network Society.* London: Sage.

Dilmen, N. E. ve Öğüt, S. (2006). Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşime İletişimsel Bilişim Yaklaşımı. *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı.* İstanbul.

Donovan, S. (2020). 'Sharenting': The forgotten children of the GDPR. *Peace Human Rights Governance, 4*(1), 35-39. doi: 10.14658/pupj-phrg-2020-1-2

Dönmez, D. (2019). *Yeni Nesil Ebeveynlik ve Sosyal Medya Bağlamında Blogger Anneler.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Duggan, M. & Lenhart, A. (2015). *Parents and Social Media.* Washington DC: Pew Research Center.

Dursun, C. (2019). Ebeveynlerin Çocuklarını Sosyal Medyada Teşhiri: Çocuk Hakları Bağlamında Bir Değerlendirme. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi, 4*(8), 195-208. Erişim adresi: http://cocukvemedeniyet.cocukvakfi.org.tr/index.php/CMD/article/view/128/113

Duygulu, S. (2017, 07 08). Blogger Anneler Teşhirci Mi? (Ö. Kurt, Röportaj Yapan) Erişim adresi: https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/omur-kurt/blogger-anneler-teshirci-mi-40513007

Erbay, E. (2019). *Çocuk Hakları.* İstanbul: Yeni İnsan.

Erişir, R. M. ve Erişir, D. (2018). Yeni Medya ve Çocuk: Instagram Özelinde "Sharenting" ("Paylaşanababalık") Örneği. *Yeni Medya*(4-5), 50-64. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/yenimedya/issue/55568/760577

Family Online Safety Institute. (2015). *Parents, Privacy & Technology Use.* Family Online Safety Institute. Retrieved from http://fosi-assets.s3.amazonaws.com/media/documents/Full_Report--Web.pdf.

Fiske, J. (2014). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (3. b.). (S. İrvan, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life.* New York: Doubleday.

Gülçay, H. ve Balcı, E. V. (2018). Medya ve Gelişim: Yakın Geleceği Üzerine Öngörüsel Değerlendirmeler. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, 26*(3). Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/kurgu/issue/59637/859463

Gülnar, B., Balcı, Ş. ve Çakır, V. (2010). Motivations of Facebook, Youtube and similar web sites users. *BILIG, 54,* 161-184. Erişim adresi: https://app.trdizin.gov.tr/makale/TWpBeU9UQXpNdz09/motivations-of-facebook-you-tube-and-similar

Gürel, E. ve Yakın, M. (2007). Ekşi Sözlük: Postmodern Elektronik Kültür. *Selçuk İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 4,* 203-219. Erişim adresi: https://app.trdizin.gov.tr/makale/TmpZNU1qWTI/eksi-sozluk-postmodern-elektronik-kultur

Haley, K. (2020). Sharenting and the (potential) right to be forgotten. *Indiana Law Journal, 95*(3). https://www.repository.law.indiana.edu/ilj/vol95/iss3/9 adresinden alındı.

Hansen, K., Nowlan, G. & Winter, C. (2012). Pinterest as a tool: Applications in academic libraries and higher education. *The Canadian Journal of Library and Information Practise and Research, 7*. doi: 10.21083/partnership.v7i2.2011

Haridakis, P. M. & Hanson, G. (2009). Social interaction and co-viewing with Youtube: Blending mass communication reception and social connection. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 53*(2), 317-335. doi: 10.1080/08838150902908270

Haslam, D. M., Tee, A. & Baker, S. (2017). The use of social media as a mechanism of social support in parents. *Journal of Child and Family Studies, 26,* 2026-2037. doi: 10.1007/s10826-017-0716-6

Holloway, D., Green, L. & Livingstone, S. (2013). *Zero to Eight: Young Children and Their Internet Use.* London: EU Kids Online. Retrieved from http://eprints.lse.ac.uk/52630/1/Zero_to_eight.pdf.

Hricko, M. (2010). Using microblogging tools for library services. *Journal of Library Administration, 50*(5-6), 684-692. doi: 10.1080/01930826.2010.488951

İnan Kaya, G. ve Kaya, U. (2017). A parental practice: Sharenting. *Currents Debates in Education, 19*(26), 471-484.

Java, A., Song, X., Finin, T. & Tseng, B. (2009). Why we twitter: Understanding microblogging usage and communities. *Lecture Notes in Computer Science, 5439,* 118-138. doi: 10.1145/1348549.1348556

Jham, B. C., Duraes, G. V., Strassler, H. E. & Sensi, L. G. (2008). Joining the podcast revolution. *Journal of Dental Education, 72*(3), 278-281. doi:10.1002/j.0022-0337.2008.72.3.tb04493.x

Jiow, H. J., Lim, S. S. & Lin, J. (2016). Level up! Refreshing parental mediation theory for our digital media landscape: Parental mediation of video gaming. *Communication Theory, 27*(3), 309-328. doi: 10.1111/comt.12109

Kamel Boulos, M. N. & Wheelert, S. (2007). The emerging web 2.0 social software: An enabling suite of sociable technologies in health and health care education. *Health Information and Libraries Journal, 24*, 2-23. doi:10.1111/j.1471-1842.2007.00701.x

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

Karaman, S., Yıldırım, S. ve Kaban, A. (2008). Öğrenme 2.0 Yaygınlaşıyor: Web 2.0 Uygulamalarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Araştırmalar ve Sonuçlar. *İnet-tr'08-XIII. Türkiye'de İnternet Konferansı.* Ankara: ODTÜ. Erişim adresi: http://inet-tr.org.tr/inetconf13/kitap/karaman_yildirim_inet08.pdf.

Karaman-Kepenekçi, Y. (2012). Çocuk Haklarına Genel Bir Bakış. *Eğitimci Öğretmen Dergisi, 33*(36), 33-36.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly, 37*(4), 509-523. doi: 10.1002/9781118841570.iejs0032

Keith, B. E. & Steinberg, S. (2017). Parental sharing on the internet child privacy in the age of social media and the pediatrician's role. *JAMA Pediatrics, 171*(5), 413-414. doi: 10.1001/jamapediatrics.2016.5059

Kennedy, G., Dalgarno, B., Gray, K., Judd, T., Waycott, J., Bennett, S., . . Churcward, A. (2007). The net generation are not big users of Web 2.0 technologies: Preliminary findings. *Annual Conference of the Australasian Society for Computers in Learning in Tertiary Education* (s. 517-525). Singapore: NTU.

Kisunaite, A. (2019). Children's rights protection in the EU: The need for a contextual perspective. *Peace Human Rights Governance, 3*(2), 171-192. doi:10.14658/pupj-phrg-2019-2-1

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (2016, 7 Nisan). *Resmi Gazete* (Sayı: 29677). Erişim Adresi: https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160407-8.pdf.

Kline, K. (2020). Esctatic parenting: The "shareveillant" and archival subject and the production of the self in the digital age. *Ethics and Educations, 15*(4), 464-475. doi: 10.1080/17449642.2020.1822706

Kolbitsch, J. & Maurer, H. A. (2006). The transformation of the Web: How emerging communities shape the information we consume. *Journal Of Universal Computer Science, 12*(2), 187-213. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/200772707_The_Transformation_of_the_Web_How_Emerging_Communities_Shape_the_Information_We_Consume

Kujawski, B., Holyst, J. & Rodgers, G. J. (2007). Growing trees in internet news groups and forums. *The American Physical Society, 76*(3), 387-402. doi:10.1103/PhysRevE.76.036103

Kumar, P. & Schoenebeck, S. (2015). The modern day baby book: Enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook. *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* (s. 1302-1312). Kanada: System in Support of Health & Welness.

Lange, P. G. (2008). Publicy private and privately public: Social networking on Youtube. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*, 361-380. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x

Leaver, T. (2015). Researching the ends of identity: Birth and death on social media. *Social Media & Society, 1*(1), 1-2. doi: 10.1177/2056305115578877

Leaver, T. (2016). Born digital? Presence, privacy, and intimate surveillance. J. Hartley ve W. Qu (Ed.) içinde, *Re-Orientation: Translingual, Trancultural, Transmedia. Studies in narrative, language, identity, and knowledge* (s. 149-160). Shangai: Fudan University Press.

Leaver, T. (2020). *Balancing Privacy: Sharenting, intimate sureveillance, and the right to be forgotten.* doi:10.33767/osf.io/fwmr2

Leaver, T. ve Highfield, T. (2018). Visualising the ends of identity: pre-birth and postdeath on Instagram. *Information, Communication & Society, 21*(1), 30-45. doi: 10.1080/1369118X.2016.1259343

Leaver, T., Highfield, T. & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual Social Media Cultures.* Cambridge, UK: Polity Press.

Lee, N. (2001). *Childhood and Society: Growing Up in an Age of Uncertainty.* Maidenhead: Open University Press.

Levy, M. (2009). Web 2.0 implications on knowledge management. *Journal of Knowledge Management, 13*(1), 120-134. doi: 10.1108/13673270910931215

Lichtenstein, F., Lauff, N., Listerman, A. & Koontz, W. (2017, 23 10). *Growing up on Youtube - How family vloggers are establishing their children's digital footprints for them.* Masters of Media. Retrieved from: http://mastersofmedia.hum.uva.nl/blog/2017/10/23/growing-up-on-youtube-how-family-vloggers-are-establishing-their-childrens-digital-footprints-for-them/

Lietsala, K. & Sirkkunnen, E. (2008). *Social Media.* Finland: Tampere University Press.

Lievrouw, L. A. (2011). *Alternative and Activist New Media, Polity.* Cambridge: Polity Press.

Linda Lai, E. T. (2008). Groups formation and operations in the Web 2.0 environment and social networks. *Groups Decision and Negotiation, 17*(5), 387-402. doi:10.1007/s10726-008-9113-2

Lipu, M. & Siibak, A. (2019). "Take it down!": Estonian parents' and pre-teens' opinions and experiences with sharenting. *Media International Australia, 170*(1), 57-67. doi: 10.1177/1329878X19828366

Lister, M., Dovey, J., Giddins, S., Grant, I. & Kelly, K. (2009). *New Media* (2. b.). Canada: Routledge. Retrieved from https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203884829/new-media-martin-lister-jon-dovey-seth-giddings-iain-grant-kieran-kelly.

Livingstone, S. (2016). Reframing media effects in terms of children's rights in the digital age. *Journal of Children and Media*(10), 4-12. doi:10.1080/17482798.2015.1123164

Lupton, D. & Pedersen, S. (2016). An Australian survey of women's use of pregnancy and parenting apps. *Women and Birth, 29*, 368-375. doi: 10.1016/j.wombi.2016.01.008

Lupton, D. & Williamson, B. (2017). The datafied child: The dataveillance of children and implications for their rigths. *New Media & Society, 19*(5), 780-794. doi:10.1177/1461444816686328

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media.* Cambridge: The MIT Press.

Marraffino, M. (2018, 01, 08). *Anche sanzioni pecuniarie al genitore che pubblica foto del figlio sul web*. Il Sole 24 Ore. Retrieved from: https://www.ilsole24ore.com/art/anche-sanzioni-pecuniarie-genitore-che-pubblica-foto-figlio-web-AEvC46bD.

Mayfield, A. (2008). What is Social Media? 11 18, 2020 tarihinde https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf adresinden alındı.

Milberry, K. (2010). Wiki Tarzı: Değişimi Tasarlamak, Demokrasiyi Uygulamak. *Teknoloji ve Toplum* (G. Ruivenkamp, J. Jongerden ve M. Öztürk, Çev.). içinde İstanbul: Kalkedon.

Moser, C., Chen, T. & Schoeneback, S. (2017). Parents' and children's preferences about parents sharing about children on social media. *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (s. 5221-5225). Denver, CO: ACM. doi:10.1145/3025453.3025587.

Mull, I. R. & Lee, S.-E. (2014). "PIN" pointing the motivational dimensions behind Pinterest. *Computers in Human Behavior, 33*, 192-200. doi:10.1016/j.chb.2014.01.011

Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *IT Professional, 9*(4), 34-41. doi:10.1109/MITP.2007.78

Myers, G. (2012). The discourse of blogs and wikis. *Language in Society, 41*(1), 144-146. doi: 10.2307/41329706

OHCHR. (1989, 11 20). *Convention on the Rights of the Child.* United Nations Human Rights Office of the High Commissioner: Retrieved from: https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CRC/C/GC/25&Lang=en

OHCHR. (2021, 02 03). *General Comment No.25 on Children's rights in relation to the digital environment.* United Nations Human Rights Office of the High Commissioner. Retrieved from https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/crc.aspx

Orhon, E. N. (2011). Çocuklar İçin Eleştirel Medya Okuryazarlığı. M. R. Şirin (Dü.), *1. Türkiye Çocuk Hakları Kongresi Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı* içinde (s. 377-392). İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.

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

Özaslan, H., Gültekin Akduman, G. ve Aydoğan, Y. (2018). Siber Güvenlik: Sosyal Paylaşım Sitelerinde Aile Mahremiyetine İlişkin Bir İnceleme. *Uluslararası IV. Çocuk Gelişimi Kongresi: 50 Yılda Çocuk Gelişiminin İz Bırakan Yolculuğu.* 195-207, Ankara Erişim adresi: http://www.diamed98.com/IVCocukGelisimiKongresi

Öztürk, Ş. (2017). Facebook'ta Çocuklarının Fotoğraflarını Yayınlayan Ebeveynler ve Çocuklarının Kişilik Hakları. *Yeni Medya Çalışmaları 3. Ulusal Kongre Kitabı*, (s. 265-278). Ankara.

Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society, 11*(1-2), 199-220. doi: 10.1177/1461444808099577

Pitta, D. A. & Fowler, D. (2005). Internet community forums: An untapped resource for consumer marketers. *Journal of Consumer Marketing, 22*(5), 265-274. doi:10.1108/07363760510611699

Putri, N. R., Harkan, A. A., Khairunnisa, A. A., Nurintan, F. & Ahdiyat, M. A. (2019). Construction of "sharenting" reality for mothers who shares children's photos and videos on Instagram. *Advances in Social Science, Education and Humaities Research*(558). Erişim adresi: http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0

Rideout, V. & Hamel, E. (2006). *The Media Family: Electronic Media in the Lives of Infants, Toddlers, Preschoolers and Their Parents.* California: The Henry J. Kaiser Family Foundation. Retrieved from https://www.kff.org/wp-content/uploads/2013/01/7500.pdf.

Rogers, E. (1986). *Communication Technology: The New Media Society.* New York: Free Publishing.

Rosenberg, A. (2021, 08 31). The Washington Post: Retrieved from: https://www.washingtonpost.com/opinions/2021/08/30/baby-nirvana-nevermind-parents-lessons

Rymanowicz, K. (2018, 11 01). *Sharenting: The downside to posting about your children on social media.* Michigan State University: Retrieved from: https://www.canr.msu.edu/news/sharenting-the-downside-to-posting-about-your-children-on-social-media

Saatçioğlu, E. ve Sabuncuoğlu İnanç, A. (2020). Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı Ekseninde Instagram Kullanımı Güdüleri, Cinsiyet ve Yaş İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Global Media Journal TR Edition, 10*(20), 130-152.

Safko, L. ve Brake, D. (2009). *The Social Media Bible.* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Saka, E. (2012). *Yeni Medyayı Anlamada Dört Mesele.* Erişim adresi: https://t24.com.tr/yazarlar/erkan-saka/yeni-medyayi-anlamada-dort-mesele,4808

Sarkadi, A., Dahlberg, A., Fanström, K. & Warner, G. (2020). Children want parents to ask for permission before 'sharenting'. *Journal of Pediatrics and Child Health, 56*(6), 981-983. doi: 10.1111/jpc.14945

Scolari, C. A. (2009). Mapping conversations about new media: The theoretical field of digital communication. *New Media & Society, 11*(6), 943-964. doi:10.1177/1461444809336513

Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research, 19*(1), 7-25. doi:10.1108/10662240910927795

Sheldon, P. (2008). Student favorite: Facebook and motives for its use. *Southwestern Mass Communication Journal, 23(2),* 39-53.

Sheldon, P. & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behaviour, 58,* 89-97. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/273145319

Siegel, L., Dorie, A. & Loranger, D. (2020). The Brat Pack: Mini-Influencers on Internet. *International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings, 77*. doi: 10.31274/itaa.12227

Stanley, G. (2006). Podcasting: Audio on the Internet comes of age. *TESL-EJ-The Electronic Journal for English as a Second Language, 9*(4).

Steinberg, S. (2017). Children's privacy in the age of social media. *Emory Law Journal, 66*(4), 839-884. doi: 10.1001/jamapediatrics.2016.5059

Stevens, T. (2010). *Study finds 92% of kids are online by age 2, baby dating site valuations soar*. Engadget .

Sundar, S. & Limperos, A. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57*(4), 504-525. doi:10.1080/08838151.2013.845827

Tanuja Singh, L. V.-J. (2008). Blogging: A new play in your marketing game plan. *Business Horizons, 51*, 281-292. doi: 10.1016/j.bushor.2008.02.002

Temizyürek, F. ve Acar, Ü. (2014). Çizgi Filmlerdeki Subliminal Mesajların Çocuklar Üzerindeki Etkisi. *Cumhuriyet International Journal of Education, 3*(3), 25-39. doi: 10.30703/cije.321348

Timisi, N. (2011). Medyada Çocukları Koruyucu Önlemler. M. R. Şirin (Dü.), *1. Türkiye Çocuk Hakları Kongresi Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı* içinde (s. 141-162). İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.

Ting, H., Run, E. C. & Liew, S. L. (2016). Intention to use Instagram by generations cohorts: The perspective of developing markets. *Global Business and Management Research: An International Journal, 8*(1), 43-55. Retrieved from: https://www.proquest.com/openview/c4d14301258f457496efcb403f46ee34/1

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Törenli, N. (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı.* Ankara: Bilim ve Sanat.

Tutal Cheviron, N. (2011). Medyanın Şiddete Dayalı İşleyişi ve Çocukların Maruz Kaldığı Olumsuzluklar. M. R. Şirin (Dü.), *1. Türkiye Çocuk Hakları Kongresi Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı* içinde (s. 184-206). İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.

Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram. *Ulakbilge, 2*(4), 87-100.

Türkoğlu, N. (2010). *Toplumsal İletişim.* İstanbul: Urban Yayınları.

UNICEF. (2017). *Dijital Bir Dünyada Çocuklar.* New York: Unicef. Erişim adresi: www.unicef.org/SOWC2017.

Urban Dictionary. (2021, 07 May). Retrieved from: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Sharenting

Uzun, R. (2014). Çocukların Medyadan ve Medyada Korunması: Çocuklara Yönelik Etik Davranış Kurallarının İncelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(22), 152-167. doi: 10.31123/akil.441955

Üçer, N. (2016). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Gençlerin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Niteliksel Bir Araştırma. *Global Media Journal TR Edition, 6*(12), 1-26.

Üngüren, E. (2019). Yeni Medya İletişim Kanalı Olarak Katılımcı Sözlük Sitelerine Yönelik Bir Değerlendirme. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 11*(18). doi: 10.26466/opus.567125

Valkenburg, P. M. ve Piotrowski, J. T. (2017). *Plugged In How Media Attract and Affect Youth.* London: Yale University Press.

Verswijyvel, K., Walrave, M., Hardies, K. & Heirman, W. (2019). Sharenting, is a good or bad thing? Understanding how adolescent think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review, 104*. doi:10.1016/j.childyouth.2019.104401.

We Are Social. (2021, 12 May). We Are Social. Retrieved from: https://wearesocial.com/digital-2021.

Whiting, A. & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal, 16*(4), 362-369. doi: 10.1108/QMR-06-2013-0041

Wirtz, B. W., Schilke, O. & Ullrich, S. (2010). Strategic development of business models: Implications of the web 2.0 for creating value on the internet. *Long Range Planning, 43*(2-3), 272-290. doi: 10.1016/j.lrp.2010.01.005

Yanık, A. (2016). Yeni Medya Nedir Ne Değildir? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9*(45), 898-910.

Yaşa Özeltürkay, E., Bozyiğit, S. ve Gülmez, M. (2017). Instagram'dan Alışveriş Yapan Tüketicilerin Satın Alma Davranışları. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 12*(48), 175-198.doi: 10.14783/maruoneri.vi.331668

Yavuz, C. (2020). Sosyal Medya Ebeveynliği ve Çocukların Unutulma Hakkı. *İzmir Barosu Dergisi*(Ocak), 15-51.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and method.* Thousand Oaks: 2009.

Zarro, M. & Hall, C. (2012). Pinterest: Social collecting for #linking #using #sharing. *Proceedings of the 12th ACM/IEEE-CS Joint Conference on Digital Libraries*, (s. 417-418). Washington DC.

EKLER

EK 1. Kontrol Listesi

GÖNDERİ KONTROL LİSTESİ							
Gönderi Numarası:							
General comment No. 25 on children's rights in relation to the digital environment (Dijital ortamla ilgili olarak çocuk haklarına ilişkin 25 Sayılı Genel Yorum)		**Fotoğraf**	**Video**	**Gönderi Metni (Caption)**	**Etiket (Hashtag)**	**Bahsetme (Mention)**	**Açıklama**
General Principles (Genel ilkeler)	Non-discrimination (Ayrımcılık yapmama)						
	Best interests of the child (Çocuğun yüksek yararı)						

	Right to life, survival and development (Yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkı)						
	Respect for the views of the child (Çocuğun görüşlerine saygı)						
Civil rights and freedoms (Medeni haklar ve özgürlükler)	Access to information (Bilgiye erişim)						
	Freedom of expression (İfade özgürlüğü)						
	Freedom of thought, conscience and religion (Düşünce, vicdan ve din özgürlüğü)						

	Freedom of association and peaceful assembly (Örgütlenme ve barışçıl toplantı özgürlüğü)						
Civil rights and freedoms (Medeni haklar ve özgürlükler)	Right to privacy (Mahremiyet hakkı)						
	Birth registration and right to identity (Doğum kaydı ve kimlik hakkı)						
Violence Against Children (Çocuğa yönelik şiddet)							
Family environment and alternative care (Aile ortamı ve alternatif bakım)							

Children with disabilities (Engelli çocuklar)							
Health and welfare (sağlık ve refah)							
Education, leisure and cultural activities (Eğitim, eğlence ve kültürel faaliyetler)	Right to education (eğitim hakkı)						
	Right to culture, leisure and play (Kültür, eğlence ve oyun hakkı)						

Ekonomik fayda sağlamaya yönelik bir paylaşım mı?

Evet	Hayır

EK 2. Etik Kurul Onayı

ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ALT ETİK KURULU
KARAR ÖRNEĞİ

Karar Tarihi : **26/04/2021**
Toplantı Sayısı : **7**
Karar Sayısı : **141**

141-Üniversitemiz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Temel Eğitim Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi **Özge Yılmaz**'ın "Ebeveynlerin Instagram Paylaşımlarının Çocuk Haklarına Dair Sözleşme Kapsamında 'SHARENTING' Bağlamında İncelenmesi" başlıklı tezi ile ilgili "İnsan Üzerinde Yapılan Klinik Dışı Araştırmalar Başvuru Formu" Etik Kurulumuzca incelendi.

Üniversitemiz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Temel Eğitim Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi **Özge Yılmaz**'ın "Ebeveynlerin Instagram Paylaşımlarının Çocuk Haklarına Dair Sözleşme Kapsamında 'SHARENTING' Bağlamında İncelenmesi" başlıklı tezi ile ilgili araştırma protokolüne uyulması ve etik onay tarihinden itibaren geçerli olması koşuluyla uygulanmasının etik açıdan uygun olduğuna oybirliği ile karar verildi.

BENZERLİK BİLDİRİMİ

"Ebeveynlerin Instagram Paylaşımlarının Çocuk Haklarına Dair Sözleşme Kapsamında 'Sharenting' Bağlamında İncelenmesi" başlıklı tezimin ana bölümü -ön bölüm, kaynaklar ve ekler hariç- Turnitin İntihali Engelleme Programı aracılığıyla incelenmiş ve ilgili rapor danışmanım tarafından da kontrol edilmiştir. Kontrol sırasında -1- "Beş sözcükten daha az olan benzeşmeler" -2- "Kaynaklar" -3- "Doğrudan Alıntılar" dışarıda tutulmuştur. Benzerlik kontrolüne ilişkin rapordan elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Rapor Tarihi	:12.01.2022
Gönderim Numarası	:1740629494
Sayfa Sayısı	:94
Sözcük Sayısı	:22299
Karakter Sayısı	:164653
Benzerlik Oranı	:%7
Savunma Tarihi	:26.01.2022

Yukarıda belirtilen sonuçları gösteren Turnitin İntihali Engelleme Programı'na ilişkin orijinal raporu, sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmaksızın bu beyanım ekinde Enstitüye teslim ettiğimi, tezimin %10'dan fazla benzerlik oranı içerdiğinin belirlenmesi durumunda, bundan doğabilecek tüm yasal sorumluluğu kabul ettiğimi bildirir, saygılarımı sunarım.

Öğrencinin Adı Soyadı: Özge YILMAZ

Tarih: 12.01.2022

İmza: ……

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı **:** Özge YILMAZ

E-Posta Adresi **:**

İş Deneyimi **:**

Unvan	**Görev Yeri**	**Yıl**
Öğretmen	Özel Rota Çocuklar Anaokulu	2017-2018
Öğretmen	Özel Beysukent Bilfen Anaokulu	2018-2020
Öğretmen	Özel Sınav Koleji Anaokulu	2020-2021
Eğitim Koordinatörü	Ankara Montessori Akademi Anaokulu	2021- Devam ediyor.

Akademik Bilgiler

Öğrenim Durumu:

Derece	**Bölüm/Program**	**Üniversite**	**Yıl**
Lisans	Temel Eğitim Bölümü / Okul Öncesi Öğretmenliği Programı	Hacettepe Üniversitesi	2016
Yüksek Lisans	Temel Eğitim Bölümü/ Okul Öncesi Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Programı	Ankara Üniversitesi	2017-…